看穿他心中的“鬼”

——洞悉语言魔术

【日本】多湖辉／著

中国友谊出版公司



■一开始就使用“亲切语句”的人

■特别强调“偶然”的人，先要你“严守秘密”的人

■一开头就说：“这不是问题”的人……

■你要小心！这样说话的人，心中有“鬼”！



常说"我们"的人，希望让你产生同类意识。用点头表示赞同的人，目的在消除你的戒心。在交谈中忽然自言自语的人，想掩饰他不想面对的问题。故意激怒你的人，想逼出你的真正心意。说话听音，锣鼓听声，语言的背后掩藏种种玄机。

本书作者通过不同的案例分析，教你洞穿语言魔术的蒙蔽，练就一双火眼金睛。





ISBN 7-5057-1946-7/G·173
定价：16.00元

看穿他心中的“鬼”

——洞悉语言魔术



【日本】多湖辉 著

中国友谊出版公司

图书在版编目(CIP)数据

看穿他心中的"鬼":洞悉语言魔术/(日)多湖辉著;魔豆工作室译. -北京:中国友谊出版公司,2004.1

ISBN 7-5057-1946-7

Ⅰ.看… Ⅱ.①多… ②魔… Ⅲ.心理语言学 Ⅳ.H0

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 097311 号

书名 **看穿他心中的"鬼"**
——洞悉语言魔术
作者 日本 多湖辉
译者 魔豆工作室
出版 中国友谊出版公司
发行 中国友谊出版公司
经销 新华书店
印刷 北京忠信诚胶印厂
规格 787×1092 毫米 32 开本
7 印张 99000 字
版次 2004 年 1 月第 1 版
印次 2004 年 1 月北京第 1 次印刷
印数 1—6000 册
书号 ISBN 7-5057-1946-7/G·173
定价 16.00 元
地址 北京市朝阳区西坝河南里 17 号楼
邮编 100028 **电话** (010)64668676
合同登记号:图字 01-2003-8311

目　录

一、语言魔术的蒙蔽

◎常说“我们……”的人

听政治家们演说时，常会觉得对方讲得头头是道。有人也曾评断：“所谓的政治家，就是诡辩的天才。”因为他们利用语言迷住听众，令他们如痴如醉。例如：墨索里尼、希特勒等独裁者最擅长煽动群众，使群众产生一体感。他们最常用的词句不是“我”，而是“我们”，使在场所有的人产生强烈的认同意识，并承认自己是“命运共同体”中的一员。

一般政治家也同样喜欢用“我们”这个第一人称复数来发表演说。这可能是在长久的政治活动中自然而然学会的。

每一个人都拥有自我，如果一位政治家老是说“我怎样”、“我怎样”，必然会引起大多数人的抗拒心，同时产生“你想用你的意见来压迫我”的想法。换句话说，听众已经建立起“自我的围墙”，自然不会接受对方的意见。但人们听到“我们”这个词时，不但不会产生自

我意识，反而产生了一种归属感。虽然每一个人都讨厌被压迫，但听到“我们”这一词之后，就不会有受到对方压迫的感觉。

谈恋爱也可以用这种方法。女性通常对“群体”有强烈的归属感，这可由职业妇女喜欢集体活动而得到证明。女性的结婚欲望也较为强烈，这表示她们喜欢和丈夫采取一致的意识。同时，她们也很喜欢穿情人装或两个人共撑一把伞。

最能有效打动女人心理的词，就是“我们”。在谈话中尽量避免使用“你”和“我”等字眼，而故意使用“我们”这个词的男性，可算是摸透了女人的心。比如说，一起去喝咖啡的时候，低声向对方诉说“我们的将来……”或“我们会过着幸福的生活……”等话，一定能使对方大为倾倒。

当你和对方不是很熟，或者双方初次见面时，对方使用第一人称复数和你说话，这显示对方可能有意使你产生错觉，以为两个人的关系非比寻常。

◎向你询问第三者意见的人

近年来，社会上不论发生任何事情，电视都会作详细的采访报道。由于职业上的训练，这些记者的访问手法都相当高明。例如：前一阵子发生一件命案，作案的凶手杀死了同居的男友。赶往现场的记者先在摄影机前向观众说明凶案的大概案情，接着访问邻近的住家。某记者问："他们两人平时的感情是不是很好？"假使是一位高明的记者，他就不会采用这种询问个人意见的问话方式。

典型的例子如下："凶手的邻居对她的看法怎么样？"这个问题问得相当有技巧，因为问的是"邻居的意见"，所以被问的人认为所回答的只是一般人的看法。如果记者问："你认为怎么样？"大多数人都会警觉别人的眼光而三缄其口。所以要求对方以第三者的意见来回答问题时，许多人会突然变得滔滔不绝。其实他所引述的"邻居的看法"，根本就是他自

己的看法。

即使是一向被认为坦诚率直的西方人，一旦被询问及“你对我们国人有何看法”时，也不会说出心里的感想，顶多会说：“这里是个很美的国家，人民都很勤劳、亲切，我很喜欢贵国。”如果换一个问法，问道：“贵国对我国的评价如何?”所得到的答案就迥然不同了。由于要求他以第三者的意见叙述，不必牵涉自己的感想，会使对方感到轻松，话匣子也随之打开。或许他会说：“我国汽车及家电制品业都被贵国廉价的产品打垮，所以汽车和家电业者对贵国没有好感。”这才是他心中真正的想法。这种利用第三者意见引出当事人心中意见的手法，是从事询问工作的人最擅长使用的窍门之一。

引述第三者意见来表达自己真实感想的心理状态，是想将责任转嫁给第三者，使自己能安心而痛快地说出心中的意见。当你被询及第三者的看法时，你就要当心了，因为对方很可能是想套出你心中的看法。例如：有一天，经理把你叫进办公室，问道：“你那一科的主任很不受女职员的欢迎，你能不能告诉我，到底

女职员们对他哪一点不满呢?”遇上这种情形,笔者奉劝你还是慎言为上,否则可能有失去工作的危险。

◎一开始就使用“亲切辞句”的人

我开始执笔写作时，相当年轻，一次我的稿子刊在某杂志上，其中发生了一个重大的错误，却没有改正。事后查明那错误肇因于编辑的疏忽，我的原稿并没有错。编辑马上赶来道歉，并说：“真是对不起，因为我的疏忽而损坏先生的名誉，我们把杂志全数回收好吗？”

当时我完全没料到对方竟那么诚恳，霎时怒气全消，反而产生“不必为了我而劳师动众吧”的想法。那编辑似乎看透我的心思，接着又说：“或者，我们下期刊出更正启事好吗？”不知不觉中，我就同意了他的提议。

分析当时的心理状态，不难了解，由于对方表现出意料之外的亲切和诚恳，使我心中不由得产生好感。对方一开始就表示最大的诚意，达到“开始效果”，使我心中产生“不必为我一个人这么麻烦吧”的想法。在这种能够

体谅对方的心理状态之下，我自然而然地接受对方第二个，也是较普遍的弥补方法。

利用语言技巧揣摩人性心理的一个最有名的实例，发生在战时的一家百货公司中。那家百货公司的主管交代店员，凡是遇到购物较多的顾客都要亲切地询问："需不需要公司替你送？或者你想自己提回去？"结果公司送货到府的比率反而降低了70%。

首先选择很容易被对方拒绝的事，接着装出一副积极想为对方服务的态度，或者时常站在对方的立场上说话，而为自己带来利益，种种手法都着重在开头的"亲切辞句"上。这些"亲切辞句"的"开始效果"愈大，对方愈容易点头赞成。"不行、不行，或者我们把杂志全收回来？"我心中可能立刻产生反感，也不会轻易接受对方的意见。不想留下来陪公司里的前辈一起加班的狡猾职员说："前辈，你加班很辛苦，我留下来陪你好不好？"然后再说："或者，我先走好不好？"体贴的前辈一定会被对方开始的"亲切辞句"所蒙蔽，心想："这个年轻人真可爱，今天恐怕会做到很晚，先让他回去吧！"因而使年轻职员诡计得逞。

◎与你分享不重要秘密的人

前些日子里，出身于W大学的国会议员们集会，想实现T首相所提倡的超党派人一致团结的构想。国人一向具有“同吃一锅饭”的人团结一致的民族性，因此国内财政界的名流莫不以这种心情期盼着这一年一度的校庆。详究这种心情，不难发现，它是由同志意识、共有意识激发而产生的。

政界人士最擅长利用共有意识。例如，某位有名的政治家邀请府会记者，告诉对方内阁的议题，并以泄露最高机密般的口吻说：“这是非公开的。”这种“只对你一个人说的”手法反复用几次，这位府会记者自然产生与这位政治家的共有意识。下意识中，他会尽量避免报道不利于这位政治家的事。换句话说，记者以为两人享有共同的秘密，因此被对方所笼络。

其实这种技巧十分简单，那就是“我只告

诉你一个人”这句话。记得笔者上小学的时候，有一天晚上到学校找老师，当时老师正在吃饭。他一看到我，立刻招呼：“喔，是你，进来吧！”然后叫我和他一起吃。吃到一半，老师拿一点酒给我喝，然后对我说：“不要告诉别人。”从此以后，我对这位老师的尊敬遽增，同时也产生一种亲切感。因为喝酒是小孩子的禁忌，老师和我共同保有这个秘密，使我心中形成认同老师的同志意识。

想要笼络敌人，也可以试试这个方法。例如：公司里某个职员时常不服从上司，不妨把他叫到办公室来，和他谈论公司里机密的事情。“这个问题是高级干部会议中讨论事项之一，我想听听你的意见。”这时要注意，会谈的内容必须是非重要性的事项，而谈论时却要以泄露最重要机密一样的口吻来谈。这方法如果运用得当，将可达到意想不到的效果。原本处处作梗的职员，认为只有自己有资格知道机密，心中不觉产生共有意识，想和你一起保守秘密。逐渐的，这种意识会使他变得顺从那位与他共享秘密的上司。

以上介绍的就是期待部下服从，巧妙利用

人性的上司心理。当某人告诉你一些秘密，并表示“只有我们两人知道”，或“只告诉你一个人”时，你就要当心了，因为对方很可能是在利用这个秘密造成你的共有意识。

◎特意强调“偶然”的人

目前社会上各种以老人为投资咨询对象的手法愈来愈受舆论严重批评，其中最吸引我注意的就是那些业务员接近老人的手法。首先，他们会到医院候诊室等老人聚集的地方徘徊。然后在聊天中，业务员发现某位老人的生活和自己父亲或母亲经历十分类似，因此开始和该老人谈及自己亡父的生活情形。这位生活在孤独中的老人，听见业务员提到的巧合和关怀的言词，必然认为眼前的业务员比很少来探望自己的儿子更可爱。换句话说，业务员成功打动了老人的内心，使对方把毕生积蓄交出来。

但是上年纪的人大多猜疑心重、心思深刻，为什么会轻易相信不知来历的年轻骗子呢？道理很简单，年轻人利用自己双亲与对方相符这一点，强调彼此的缘分。由于这种偶然的相合是突然发生的，可解释为命运的安排，所以心理上未做任何防备。狡猾的业务员就是



利用强调巧合的技巧，来瓦解对方的警戒心，使对方赞同自己的提议。

对于“巧合”对人性的吸引力，笔者曾亲身经历过。某次一家书店举办作者签名活动，会场布置得十分干净。铺着白色桌布的桌上，整齐排列着笔者的作品，笔者本人则坐在桌后等着为读者签名。但所有的顾客都只站在远处观望，没有上前索取签名的意思。想来是因为会场太过严肃，使得读者却步。

笔者立刻把桌子移到通道的旁边，将笔者的作品和其他作品一起随意摆在桌上。同时要求书店广播：“今天恰好多湖先生莅临本店，凡是购买先生的作品，都可以得到亲笔签名，请大家不要客气。”这么一来，效果立刻显现，读者选好书，经过通道时，一定停下来请笔者签名。

“偶然”和“巧合”确实具有瓦解人类警戒心的效果，前面所述，业务员强调巧合，骗走老人巨款是最好的例子。当你生活中突然出现一个刻意强调“巧合”或“偶然”的人时，一定要格外提高警觉，看清对方是否另有企图。

◎把第三者视为共同敌人的人

《男人的礼节》一书作者艾先生曾在书中叙述，为使他母亲和妻子之间维持和谐关系，他故意以冷淡的态度对待两人。婆媳之间问题存在已久，即使两人心中没有任何芥蒂，仍难融洽相处。所以为了使婆媳友好相处，他采取严厉的态度对待母亲和妻子，使自己成为被共同憎恨的对象。结果果然如艾先生的计划，婆媳两人组成共同战线，成了彼此互助的盟友。

艾先生的方法确实和一般人使用的方法不同，但在心理学的理论上是可以被接受的。一般人在与别人共有一段特异而强烈的经验之后，会对对方迅速产生亲切感。例如：碰巧被困在一辆电车的男女，最后变成情人；遭遇雷雨的登山者在小屋中相谈甚欢。当面对共同的敌人时，同仇敌忾的心情会油然而生，因而与对方合力对付共同的敌人。即使原本对对方心存疑忌，一旦发现拥有共同敌人，这种疑忌也

会被一股奇妙的亲切感所掩盖。政党内部的派系斗争就是典型的例子。

“我最讨厌××棒球队的××选手”。偶然坐在邻座的两个陌生男人，因这个话题而坐在一起喝酒。这种心理和丈先生使自己成为共同的敌人而获致家庭和平的心理完全相同。也有不少人利用这种心理弱点设置陷阱。

公司内，A派系的人悄悄靠近对B派系不满的人说：“我对B派的××经理很不满。”若和这位A派人士一起骂那位经理，便是暴露自己弱点，不自觉地受到控制。说不定这位A派人士是经理派来的人，借机探察部下的心声。例证显示，许多人都因一时大意而遭到降职。

政治家最擅长利用这种心理。“如果他当选市长，我们下次竞选就有苦头吃了。”一位保守派议员靠近一向不睦的另一位改革派议员，说出上述的话，暗示对方支持自己拥护的市长候选人。

当别人对你强调共同敌人时，可要提高警觉了，因为对方可能是在解除你的警戒，使你接受他的控制。

◎时常强调“相同点”的人

常听人说：“性格和生活环境愈不同的人愈投缘。”其实认真探索一下，就会发现，两个要好的朋友之间一定存有某些相同特征。我的学生中常能发现个性迥异的好朋友，但他们之间仍然对音乐或运动持有共同兴趣。

如果把这个道理颠倒过来，也会产生一个规则：只拥有相同的能力，就能和对方谈得来。业务员想讨好顾客或想获得上司好感，都是利用这种方法。例如对方喜欢打高尔夫球，就利用偶然机会与对方聊天：“打高尔夫球实在令人舒畅，我最喜欢打高尔夫球，假日都到××去打……”反复提到对方关心的事情，久而久之，对方心中自然会产生“某人也喜欢打高尔夫球”的连带感。

谈判、交涉等场合，也可以运用这个原则。交涉时，谈论双方一直以平行线方式进行，这时如果突然探身向前，向对方强调：

“其实这个问题我想了很久。”必然能打破僵局，使双方立论逐渐接近。利用相同点，可使人产生“原来你的想法和我一样”的连带意识，即使对方相当讨厌，也会错觉对方是同伴。

曾听过一位花花公子说，和女人交往时，只要提出没有利害关系的相同点，就能达到惊人的效果。例如：提到英文名字或血型相同，这些微细的问题都会令人感到是命运的安排。和男人比较起来，女人的生活态度较为被动，每个女人或多或少都抱有“等着白马王子来临”的梦想，所以想要打动女人的心，只须暗示一些细微的共同点就行了。

我曾在一次商谈中听到一个人问另一个人的出生地，接着便滔滔不绝地赞美那个地方。仔细一听就能发现，前者只不过旅行经过那地方，听到别人赞美过那个地方，就引述那些赞词罢了。这也是博取对方好感的技巧之一。

◎强调和你的亲友交情很好的人

最有名的例子就是政治家T先生的故事：某次他到某地作宣传活动，当地名流组成的欢迎行列中走出一名男士，向T先生打招呼。T先生亲切地说道："辛苦了，令尊还好吗？"那名男子感动得说不出话来。等他走了以后，身边的助手问T先生："那个人是谁呀？"T先生说："我怎么知道？反正每个人都有父亲嘛！"

"令尊好吗？"这句话不只是政治家才会用的手段。想笼络下属的上司，站在公司的走廊和职员聊天："尊夫人好吗？你最近常加班，尊夫人一定很辛苦。"说完拍拍对方肩膀。当地制作电视节目的主持人问："老婆婆，你的孙子几岁了？"这些都是同样的技巧。被问到的老太太立刻解除警戒心而笑逐颜开，这也是主持人不可欠缺的访问技巧之一。

为什么人们选用"令尊好吗？"这句话作

为工具呢？那是因为人们都有一种心理现象，谈到自己最重要的人时，心中的警戒会无条件解除，并转化成一股亲切感。这就是所谓的“同胞意识”心理。尤其提到住在远地的双亲或自幼敬爱的祖父，人们心中会笼罩一股乡愁，这时不论对方是谁，都会对对方产生亲切感。

推销员最擅长利用这种心理，当他和顾客交谈一会儿之后，心中立刻开始盘算该提起对方的什么人最恰当，再以所提出的这个人博取对方信任。常听一些受害人说：“他说他和我父亲是同学，所以我相信他。”或：“他住在我儿子的出生地，所以我相信他。”这些例子都是利用被害人相信亲友的朋友的心理，达到诈骗的目的。此外，使用熟人的名字来行骗的例子也不少。所以，当对方提到你亲友的时候，你就要留神，因为他可能想促进你的“同胞意识”，博得你的信任，达到他的目的。

◎谈话中，时常提到你名字的人

与国人谈话时会发现，如果对话中屡屡提及对方的名字，会使对方很吃惊，这是由于文化背景而形成的现象。反观欧美诸国，由于他们是由人种、民族性复杂的多种民族构成，对于人我之别有明确的意识，因此在彼此沟通的时候，必须格外费心才能引起对方认同，所以谈话中常提出对方姓名。我们则不必如此，即使交谈中很少提到对方的姓名，也能达到彼此沟通的目的。

不过，有时国人的谈话中也会出现如欧美人士一般，时常提及对方姓名的情形，这是什么缘故呢？仔细观察一下就会发现，交谈时提到对方姓名，具有一种催眠和暗示的效果。当自己的姓名反复被提出来时，原本心中存有的隔阂会自然消失，而误以为对方与自己有亲密的关系。

骗子最善于利用这种心理状态。他们在交

谈时，巧妙地提到对方的姓名，有些甚至在每一句话当中都提出对方的姓名。例如："某某先生，您目前经营的情况怎么样?" "某某先生，以您这样的地位，应有更好的赚钱计划，怎么样?" "某某先生，不知我是否有机会向您说明一下我的建议……" 就这样不断提到对方姓名，一步步地把对方的心诱入陷阱，而对方也逐渐解除武装，不知不觉地受到蒙蔽。林肯著名的演说，有一句"为人民所有、为人民所制、为人民所用的政治"，就是利用这种心理达成预期的效果。

不用代名词，而用专有名词来称呼对方，会有更大的效果。例如：SONY 的创始人井深大先生很少用经理、主任等表示地位的代号称呼属下，而用姓名称呼。日后 SONY 成为家电业界的先锋，其高度成长的原动力就是这种"称呼革命"。称呼对方姓名，不但可以加深人际关系，同时可以使个人的交际手法更具创造力。

◎引述第三者赞词的人

一向极少露面的董事长夸奖职员："听说你最近工作很努力，相信你将来一定前途无量。"被称赞的职员必然高兴得手舞足蹈。但是如果是每天坐在对面的科长赞美："你今天打的领带好漂亮呀！"职员便开始担心"八成他今天要我做什么事"，因此一整天都无法好好工作。

其实真正懂得赞美别人的人，很少直接赞美对方。一位著名的演员在未成名时，曾接受过一个心理测验，主试人告诉他："你的意志力很难集中。一个意志力不集中的人不会成为一个好演员，我劝你还是趁早改行吧！"这位演员正感到沮丧万分的时候，一个朋友鼓励他："胡说八道，我们常去的那家餐厅的老板告诉过我，新进演员里最有希望的就是你！"这使他恢复了自信。

坦白说，所谓餐厅老板云云，可能只是那

位朋友捏造的，目的是为了激励这位演员重拾信心。因为在那种状况下，如果直接表达自己的意见："我认为你将来一定能成为一个优秀的演员。"所达到的效果有限。但引用第三者"餐厅老板"的意见，就使鼓励的言词更具说服力。

在法庭审讯中，第三者的证言往往比本人的证言更具信服力。赞美的时候，也是以第三者的赞言较具效果。不过，使用这种语言技巧来赞美你的人未必全是心怀善意的，有些人是为了博得你的信任，达到他的目的。

◎用点头表示赞同的人

食品及家电产品的制造厂商，通常设有专门处理消费者对商品不满意见的客户服务部门。据说他们处理的态度是：首先肯定消费者的抱怨，但坚持不肯承认自己的产品有瑕疵。当消费者上门时，他们会以“不错”、“有道理”等言词认同消费者的怒气，然后当消费者的怒火逐渐消退时，他们就委婉地说：“您说得很有道理，可是……”以公司的立场展开辩论。

这种对话的方式称为“应酬话法”，是推销员指南中必备的一条。听到对方说“不错”、“有道理”这种接受自己主张的话时，人们心中会认为自己的人格被对方所尊重，心中的敌意也消除了一半，取而代之的是一种认可对方的心态。即面对顽固顾客时，首先全盘同意他的看法，然后慢慢地推销商品，逐步拆除他心里的藩篱。这种推销技巧也能应用在心理学

上。

善于教育孩子的母亲常在不知不觉中使用这种技巧，而使顽皮的孩子乖乖听话。当孩子不听话时，他必然会用“因为……所以我才……”等话来为自己的行为辩护。母亲首先对孩子说：“嗯，不错！”承认孩子所说的辩词，然后再说：“但是你的行为确实不大好。”这么一来，孩子会认为母亲接受自己的看法，因此顺从母亲的指责。

一位英国心理学家做过一个实验：他为了使一群反对死刑的学生改变想法，从头到尾用“好”这个字答复学生所有质疑，最后终于改变了学生的看法。这是由于学生们以为自己的意见受到肯定，因此对相反意见不知不觉产生了较宽容的认可心理。从这个角度来看，当你朋友常说“嗯”、“不错”、“有道理”认同你看法的话时，必须提高警觉，因为他们很可能是要解除你的戒心，而使你接受他们的意见。如果你陶醉在对方的肯定中，毫不留心地与对方交谈，最后你将发觉自己已在不知不觉中接受对方的意见。

◎刻意指出一些与你外表相反特征的人

我有一位朋友是专门为女性拍摄照片的摄影师，他告诉我一些把女性拍得更美的诀窍。他的秘诀就是消除对方的紧张感，而建立“这个摄影师一定能把我拍得更美”的信任。所以他在拍摄之前，必须和模特儿进行长谈，在交谈之中，了解对方的个性，观察对方的表情动作，同时考虑选择哪个表情或角度。这就是他巧妙的“人性掌握术”。

在充分观察过对方之后，我的朋友就开口说：“听说你的个性很开放，其实你相当保守。”或“你比我意料中活泼”等与对方平时形象相反的个性评语。

听到这些话后，对方往往会立刻放松自己，慢慢开始谈起自己的奋斗历程、男朋友，甚至私生活等，谈到这里，他就可以开始拍摄

工作，而且拍摄过程十分顺利。

从另一个角度来看，这个理论在心理学上也能成立。当一个人被指出与他外在形象不同的个性时，往往会对对方产生好感。这是因为认为对方仔细观察自己的个性，所以不由得产生了尊敬和信赖的感情。最善于利用这种心理的人，就是骗婚者。

过去有一位诈骗六名女子的骗婚者，所骗得的金额高达一亿日元，他就是利用这个技巧的实例。据他的说法，以这技巧接近女性最有效。通常他会说："你看来很开朗，其实有点忧郁。"就这一句话，使女性对他完全信赖，毫不怀疑他有任何企图，并对他的要求予取予求。这个男人完全了解女人的心理，所以轻易掌握了女性的心。

推销员也喜欢用这种心理。"老板，你看起来很豪迈，其实心思十分细密，凡是伟大的人都具有这种个性。"往往有许多人在事后发现受到奉承而以高价买下对方推销的商品，这都是因为一受人吹捧，心中很自然产生对对方的信赖感，却相对降低了警戒心。

◎承认你某部分不安的人

一个申请参加四所学校考试的学生，士气高昂地赴考场，却在第一次考试落第，这使他对其他三校也失去赴考的勇气，原因是："反正考别的学校也考不上，何必浪费精力？"其实对他而言，第一所学校确实是个难关，不合格也是自然的事，但是其他三所学校，他一定能应付裕如。由于第一所学校落榜的反面因素，使他放弃其他考试，直接影响他可能考上其他三校的正面因素。

分析那名考生的例子，可发现：人往往因为遭遇失败而不安，这份不安感又阻止他达到其他可能的成功。这时想要消除这份不安，只用鼓励没有什么效果，必须采取积极承认他部分不安的方法。例如："我想第二所学校对你而言也相当难，不过第三、第四所学校应该没问题吧！"这些话可使原本认为"我一切都不行"的对方，把全体性的不安转为部分性不

安，失败打击的负面作用也可能转为正面作用。

这种技巧也可应用在上班族的身上。例如：一位职员将被调往偏远的乡下，上司此时最好不要以正面的鼓励来安慰沮丧的属下，而应说："站在你的立场来看，调职的确是件很糟糕的事。"先积极承认，对方心中可能会想："虽然事情这么糟，但是……"逐渐地他也会把挫折引向正面效果上。"虽然调到偏远的乡下，但是也许下次调动就有升迁机会，或许能在首都的附近……"由于上司积极承认他的部分不安，使沮丧的职员暂时忘却降职的负面影响，而往正面观点着眼。这在心理学上称为"对比效果"，任何公司都可以巧妙运用，使人事调动处理得更圆滑。

这种强调负面，并从负面中寻找正面价值的方法，不但可以处理人事调动，对消除人们心中的沮丧、挫败感，也极为有效。不过，当别人对你使用这种技巧时，你一定要仔细判别对方是出自真心还是别有用心。

◎轻易暴露自己弱点的人

人性心理有时很奇妙，愈想掩饰自己不欲人知的秘密，反而愈容易露出马脚。例如：深更半夜，家中突然接到陌生女子来电，妻子自然会问："那个女人是谁？"如果丈夫结结巴巴地回答："没什么，没什么……"反而引起妻子更深的怀疑，说不定会引起妻子收拾行李回娘家的家庭纷争。

倘若不巧你在外结交的女友打电话到家里来，为了要使妻子安心，最好使用这种方法：首先不要作任何否认，反而接受妻子的怀疑，利用妻子袒护丈夫的心理，使妻子为自己的怀疑感到内疚。这是一种高级的心理战术。

这种技巧可运用在各种场合。例如：善于追求女性的花花公子常常说："我既没有钱又没有地位，但是请你相信，我对你的爱比任何人都深……"虽然暴露没有财富、没有地位的弱点，但同时也强调了自己感情的珍贵。被追

求的女性往往认为率直暴露自己弱点的人，比满嘴挂着“我爱你”的人更诚实。工作上也不妨运用这个技巧，例如：顾客虽然很想购买某样商品，但由于对你的不信任而犹豫不决，这时你不妨以低姿态说：“我是从乡下来的人……”让自己的弱点暴露在对方眼前，自然能够祛除对方的警戒和不信任。

被称为美国商业大王的C. N. 哈顿说，商谈的技巧就是“使对方不停地说‘不’!”。因为每一个人内心里都有想否定对方的意念，交涉中不断提出不利于自己的条件，并使对方说“不”，久而久之，对方自然失去戒心，而逐渐对你产生信心，接下来的谈判就可顺利进行了。各位不妨仔细研究这个技巧，它的效果十分惊人。

◎把你说过的话重述一遍的人

我的一位学生曾经被推销买下一套价值数千元的英语会话录音带。据他说，有一天接到一位陌生女子打来的电话，要求和他见面。他只是一个普通的男人，因此毫不犹豫来到指定的咖啡店，却发现对方的目的是推销英语会话录音带。这时他很想找机会脱身，但对方却滔滔不绝地讲个不停。

“我认为要学英语，还是到当地学比较好。”我的学生企图用这句话拒绝对方，但对方却说：“对，的确是到当地学比较好，但我这一套英语录音带的教学方式就是和到当地去学一样。”“但是价钱太贵了。”他再次反驳对方。“不错，价钱的确稍微高了一点，但是为了达到和到当地学习同样的效果，制作成本比较高。如果你嫌价钱太贵，可以用分期付款购买，同时你还能享受周到的售后服务。”最后在对方一步步逼进下，他不得不买下录音带。

这种交谈技巧是推销员重复对方的话，再循着对方的意思发展自己的主张。对方听到自己的话被重复，认为意见受到肯定和尊重，因此对于对方的意见产生较大的包容力。

企图说服拒绝结婚的女友时，不妨先肯定对方的看法："你说得有道理，我对女性的独立生活也很赞同。不过，我认为婚姻生活对独立也有帮助，透过婚姻生活来表现的独立才是真正的女性独立。"借着反复叙述女友的主张，迫使对方认同自己的主张，渐渐地，女友的抵抗意志会减弱，而答应你的求婚。

如果一开始就表示反对态度："不，我不赞同你的看法。"反而使对方加强警戒，再用新的理论武装自己。从这个角度看来，凡是能够坦诚接受对方反驳的人，往往最容易被对方所接受。所以，如果有人从不反驳你的看法，而且体谅地重复你所说过的话时，可得当心了，因为：对方很可能利用这种技巧，使你服从他的意志。

◎说温柔体贴的话赞美你的人

一家人才经纪公司特别留意一家客户，因为那家公司的派驻职员在下班后，仍免费为该公司处理业务。

调查结果发现，派驻职员是自愿免费为该公司提供加班服务，因为：该公司的人事主管手段高明，他善于奉承派驻女职员，使女职员不知不觉中乐意为他效力。首先他会看女职员当天的工作内容，加以彻底的赞美，然后厚着脸皮提出要求："可惜我们公司预算不够，无法付你们加班费……不过，能不能请你帮忙一下……"被夸赞的女职员们正感到心花怒放，对对方所提出的要求也就不以为忤地全然接受。

一位年轻的电影导演每次拍摄时，一定大力赞美演员："嗯，你们表演得相当好，现在我希望你们用稍微夸张一点的演法再做一次。"因此没有一个人会感到不愉快，导演因而得到

他想要的画面。任何人都愿意接受用温柔体贴的言词表达出来的意见或要求，即使是温和的言词下更严苛的要求。这位年轻导演就是充分掌握了这种心理来拍摄。

指责职员疏失时，如果直截了当地说："你这样子不行！"很容易招致对方反感，无法提高对方士气。不如先以温和的言词赞美对方："你最近工作很认真，我一直在注意你。"再叱责："但有关某事，你做得不对！"这时被指责的职员不但不会生气，反而会以谦虚的态度接受你的忠告。

所以说，开始的赞词往往是言不由衷的，它的背后藏着即将来临的更严苛的批评。当你听到别人对你甜言奉承时，可要提高警觉，看看在这甜言蜜语背后隐藏着什么要求。

◎先说对你有利说词的人

在租用车站前或交通流量大的地点卖东西的商人，贴出“半价出售日常用品”的广告，但利用语言的技巧，却使人买下高价的健康器材或高价商品。虽然这种贩卖方式被消费者团体视为违反商业道德，但是仍有许多人上当。

这种展示会型的贩卖方法是，先拿出普通商品放在台子上，让顾客逐一买下。等人群逐渐聚拢时，再搬出高价商品，诱使原本无意购买高价商品的人不知不觉中买下。

开始时，台子上的确摆着特价物品，例如：百货公司售价200元的产品，展示会中只卖30元。这种售价使得人们争先抢购。几件特价品卖出后，人们心中产生“在这里买东西真划算”的心理，拼命想抢购便宜货。拍卖的商人看到群众逐渐陷入热烈的情绪，失去冷静时，就开始展示价值数千万的各式商品，但人们却毫不犹豫地买下，因为此刻他们的价值观

已经被“在这里买较便宜”的心理完全蒙蔽。

这种方法也常被用于日常谈话的技巧上。例如，业务部经理想提高下个月业绩，便召集部下讲话：“这个月大家都很努力，所以从明天开始，你们可以轻松三天，想休息的人可以请假。希望你们下个月能更努力。”听完经理这一番话，部属们不得不发奋努力。因为他们想到：“既然休息了三天，下个月当然得好好工作。”所以下个月业绩必然可达到经理的期望。

每一个人心中都有一种判断利害平衡的意识。如果别人一开始先说于己有利的事，即使再说出自己不愿接受的事，也不好意思立刻拒绝。因为心中存有“反正我已经得到了这些，再损失一点也没关系”的想法，所以可能大方接受对方要求。不过，无论如何，当你听到别人提到对你有利的事情时，可先别被冲昏了头，小心对方下一步提出的要求！

◎以你熟悉的事作话题的人

一位朋友告诉我，他认为税捐处的官吏个个都是心理学权威，因为他们一进公司大门，即使这公司的税务问心无愧，全公司的人仍然紧张万分。为了解除对方的紧张，税务官员们一开始绝口不提税务问题。他会坐在沙发上，花二三十分钟拉里拉杂地闲聊，例如："我从车站过来的，这段路好远呀！""棒球季快开始了。经理，你喜欢哪个棒球队？"当对方的心情放松，不再严阵以待的时候，他马上转入正题："请你把贵公司的账簿拿给我看一看。"

一位国税局的精明官员说过，有时可以从高尔夫球的杆数里查出对方逃税的事实。因在谈到对方熟悉的事物时，不论对象是初见面的陌生人或可怕的税务人员，对方都会感到无比亲切。这种亲切感可使人心情放松，进而产生一种错觉，认为："即使有一点小毛病，他应该不会追究吧！"因而不知不觉中说出自己部

分未申报的财产。而在税务官员来说，不论有没有产生亲切感，他的双眼都不会放过任何事实的。

即使绝口不谈隐私生活的人，一旦对人产生亲切感，也会放松警戒，拆除心理的藩篱。所以当一个不是很亲近的人和你谈起家庭和个人的兴趣时，要小心，对方可能另有目的，或许他的目的就是窥探你的隐私。反过来说，对于警戒心太强的人，这方法倒不失为消除紧张感的最好方法。

◎不称赞你，却指责你的人

以伶牙俐齿广受欢迎的演员 B 先生，最著名的表演就是把别人当成嘲讽的对象。B 先生最拿手的绝活，就是讽刺同台演出的其他演员或观众。但由于他拿捏得十分巧妙，所以被讽刺的对象很少会生气。相反的，对方反而会因此而松懈下来，使节目的气氛更融洽。

B 先生之所以能做到这一点，和他的个性与形象有极大关系。但就一般人来说，对于毫无保留地尖锐批评自己的对手，有时反而会产生一种信任感，认为对方是个胸无城府的人。这种心理状态随时可见，例如："不打不相识"、"打是情、骂是爱"。往往感情愈好的朋友，说起话来愈刻薄，有时吵得太凶，会愤而喊着要绝交，但第二天两人又拍着肩膀一道喝酒了。倘使两人不是有这么密切的关系，而只是表面上的好友，自然不会发生这么激烈的争执。

有些人就是利用这种心理结构表现自己的诚实。例如，想讨好工作上有来往的朋友，就可运用这门技巧。通常在工作上有接触的人，绝少指出对方的弱点，而会使用尽量不激怒对方的方法，暗示出自己的意思。

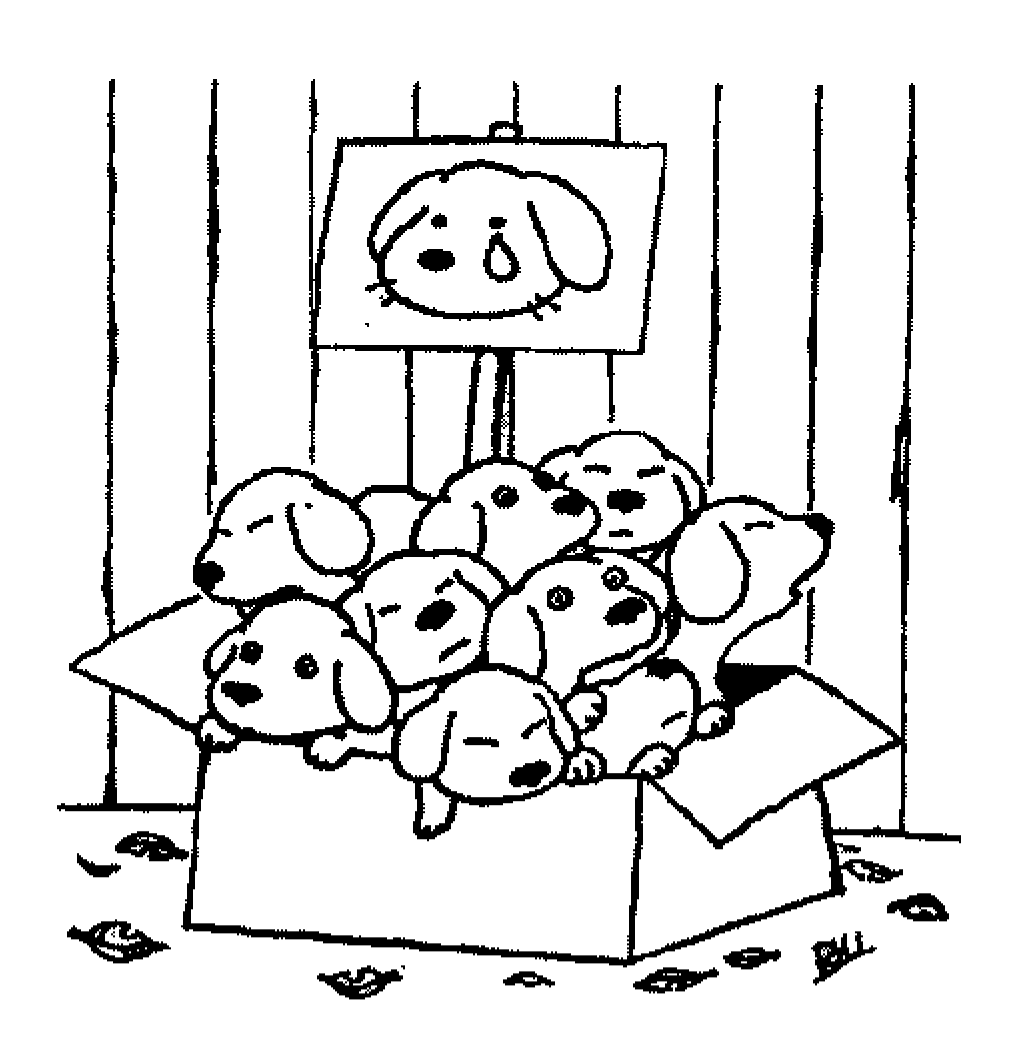
如果以拳击来打比方，这只是跳跃活动而已。另有一些人则採取直击，把别人一向避讳的“个性上的弱点”、“工作上的弱点”一一指出，借此赢得你的信任。这情形就跟相亲时想讨好女方的男人，不会一味夸赞对方的优点，而会刻意挑出一些缺点来的心理完全相同。

这种批评会给被批评者新鲜感与无比的刺激，认为对方毫不客气地指责是因为他胸无城府，不自觉中对对方产生信任感。

◎以哀求口吻诉苦的人

“我家里有妻子和七个小孩，他们全指望我这一点微薄的收入。请您帮帮忙，买一点吧……”这句话是以换取同情的方法进行推销。自古以来，东方人就比较注重情面，如果对方跪下或哭泣的话，马上会寄予同情。“好好好，起来吧。”往往因为不忍看见对方的可怜相而接受对方要求。

政治家们也最擅长运用这种方法，其中最有名的例子是中曾根首相和前首相田中的会谈。当两人谈到政治伦理的问题时，据说田中前首相流下泪来，以悲苦的语调诉说心中的痛苦：“我孙子因为我的谣言而不肯去上学。我心里真难过。”而中曾根首相听完也流下泪来。这件事被报纸大肆报道，新闻说：“一国的首相以悲哀的口吻诉苦示弱，换取同情。中曾根首相则仍然勉励田中尽力做好政治伦



以哀求口吻进行推销，容易获取同情

理。”在野党则没那么客气，他们严厉批评：“中曾根已被眼泪所蒙蔽。”以这个角度来解释田中的眼泪，可说那是为了想达成自己的主张而流的。

我的朋友也告诉过我一个亲身经历。一个冬天的夜里，有人敲他家的大门。开门一看，原来是一位推销健康食品的中年妇人。那女人以颤抖的语调说：“我有个正在读书的儿子，丈夫在几年前去世了……我必须靠推销来赚取儿子的学费。”我的朋友因为同情对方而买下那些东西，事后才发觉完全用不上。这就是利用人性弱点进行的推销。

通常，以哀求口吻诉求的人，心中都有企图把不合理的事予以正常化的倾向。因此各位面对泪水中的诉求时，切记注意对方背后藏有何种目的。

◎以全体为训诫对象的人

记得读中学时，班上有一两个学生时常挨骂。当时大家血气方刚，只要一有人吵闹，马上就感染到全班，变成全班性的骚动。其实并没有任何主谋者，只是每一个人感受到喧闹的气氛后，不知不觉也跟着闹起来。老师一来，立刻抓出几个特定的学生加以叱骂。虽然那几个学生根本不是滋事者，但当老师骂道“就是你！”的时候，全班会立刻静下来，达到老师要求的效果。而那几个学生却成了无辜的牺牲者。

其实训诫的方法很多，但在这种情况之下，不指责全体学生，而指责特定的一两个人，效果较好。因为全班都知道他们并非真正的滋事者，却无辜受过，自然会安静下来。换句话说，老师只是利用这一两个学生达到杀一儆百的效果。

这方法施行于学生时代，效果相当好，学

生也不会觉得自己就是被叱责的对象。但进入社会之后，情形就不同了，现在介绍我的一位学生所知道的实例。

他的上司对科里一位年轻新进职员有成见。那位职员毕业的学校比这位上司好，外表又仪态翩翩，时常令上司感到不快。这名新进职员学生气息还很浓，常接女朋友打来的电话，相约周末到哪里游玩。其实这种事只需要当面指正就行了，但那上司故意不说，反而向上级报告，然后在朝会上对全体部下说："最近私人电话太多，经理不太高兴，你们要多注意!"

那年轻人并没有察觉科长指责的对象就是自己，而且他认为自己并没有用公司电话打出去，只是接女友打来的电话而已。结果有一天，科长将他叫进办公室，严厉地指责他："你到底想怎么样?"不出半年，这位年轻人就离开这家公司。老实说，这名科长对新进职员所耍的手段实在太过分了点，但假使这名新进职员能在朝会时就警觉到上司的想法，也不会落到被迫辞职的下场。使用公司的电话作私人用途固然不好，但也不能构成辞职的理由，以

极端一点的看法来说，这年轻人是上了上司的当。

虽然并不是所有的上司都是像上述那位一样坏心眼，但是当一位上司准备批评某一特定的对象时，他可能也是以批评全体部下作掩饰，以减低被批评者心中的防御。各位遭遇到这种场面时，千万要加以警惕，注意叱责的矛头是否朝自己而来，否则可能面临不可挽回的局面。

◎集中夸赞你“某一部分”的人

我认识一位有名的建筑师，他有一个奇怪的嗜好，就是以嘲弄别人为乐。他居住的房子并非亲手设计，而买的是现成的。但是不知情的访客来访时，照例都会对房子大为赞美一番：“这房子的照明很好。”“你家和一般房子的构造就是不一样。”访客们以为这房子是设计家自己设计的，所以都会找出最好的赞词来赞美这幢房子。

建筑师静听这些赞词，笑而不答。当访客告辞时，他才对客人说：“其实这幢房子不是我设计的，我买的是现成品。”这话使得频频赞美这幢房子的访客感到狼狈不堪，而他却乐此不疲。

一次他和我谈到这些趣事，他认为一般人赞美他的房子时，不赞美房子的整体美，而只着重房子的某一部分，例如照明或结构等，可以用心理学上的“强调一点”形式来解释。

因为找不到值得赞美的地方，所以勉强找出某一特定部分，以“强调一点”的方式大力赞美。以上述的例子来看，一般访客到这名建筑师的房子时，心中立刻产生“一位一流建筑师怎么会设计出这么庸俗的房子”的想法，但转念一想，对方是一流的建筑师，他住的地方应该不是一般三四流的建筑师设计的。在这种心态之下，访客就开始寻找值得赞美的部分，好不容易找到一点，就拼命地大肆吹捧一番。

这种“强调一点”的赞美，在心态上是看不起对方，但为了掩饰这种心态，只好采取这种方法。例如：主任带属下到一家卡拉 OK 喝酒，属下说：“主任唱歌的姿势真好看，抬头挺胸很有架势。”如果这位主任相信属下这种强调一点的赞美言词而高兴万分的话，他可能就大错特错了。因为假使对方真心赞美你的能力，绝不会把赞词用在和这能力无关的事项上去，只有在对方瞧不起你这方面能力时，才会采用“强调一点”式的赞美。

二、语言迷惑



◎不断使你回答“是”的人

笔者曾请教一名高明的记者采访的秘诀，他的答案竟出乎意料地简单：“不论对方多么难以亲近，开始访问时，先提出很容易使他赞同的问题来问。”采访者和被采访者大多是初次见面的关系，因此心中大多存有一些警戒心。在这种状况下，如果马上谈到核心问题，对方反而愈警戒。

一般人认为只要有条理地展开话题，就能和对方沟通，使对方明白自己的意思。其实不然，很多情况是对方嘴里说“我明白了”，但心里仍一片模糊。这就是因为心理上的沟通没做好的缘故。反过来看，不论对方多么难以说服，如果先造成他心理上的接受状态，一切问题就简单多了。

这个技巧的基本条件是不使对方产生拒绝的“心向”（mental set），而造成对方接受的心向，它的方法就是逐一提出使对方回答

“是”的问题。古希腊哲学家苏格拉底最善于运用这种技巧，所以它也被称为“苏格拉底式问答法”。反复提出使对方轻易回答“是”的问题，突破对方的心理障壁，使对方在不知不觉中，处于心理形式肯定的状态，对于接下来的问题也采取接受的状态。等到对方醒悟时，一切都已经来不及了。

许多高明的推销员或谈判者，也常在不知不觉中实践“苏格拉底式问答法”，而在业绩上创出优秀的成果。这种对话技巧也可应用在一般生活上，尤其是想要吸引女性的人更应好好练习。女人一向被喻为“用子宫思考”的动物，对于理论性强的东西较不易接受，反而从心理上沟通较容易。如果使女人一直回答“是”，不知不觉中，她会连平时不轻易答应的问题也给予肯定的答案。因为在一连串“是”的回答中，人的判断力会受到麻痹，最后变成机械性地回答“是”。各位读者，你不妨回想一下，你有没有上过这种当？

◎在交谈中突然要求结论的人

当我们想把自己的理论推销出去，使对方接受时，都会逐步累积理论，然后推出结论。倘若说到一半的时候，对方突然问："你的结论是什么？"势必把原本井然有序的理论弄乱，最后的结论也会变得软弱无力。这种搅乱谈话秩序的方法，目的就在中断你的思考，使你的理论露出破绽。

一位擅长下棋的朋友，告诉我与这种手法类似的下棋技巧。围棋有固定的棋谱，当实力在伯仲之间的两个人对局时，依照棋谱下棋的一方很难获胜，因为所下的棋数都在对方的意料之中。所以这时要以意外的棋法扰乱对方的秩序，趁对方阵脚大乱时猛烈进攻。这种不按牌理出牌的手法，就是混乱对方思想理论的重要战术。

在商场谈判桌上，利用突然的问话："请问你的结论是什么？"就可以把谈判导入对自

己有利的方面。许多人利用这种技巧而无往不利。例如，在讨价还价的场面，双方各为自己的立场发言，同时也希望能借会谈中窥得对方的弱点。这种情况下，只依凭一般对话或应酬的技巧，很难克敌制胜。这时必须趁对方叙述对自己有利的理论时，突然出其不意地问："请问您的结论是……"对方必然会上当，陷入措手不及的情况，从而迷失原本谈话的方向，理论也会出现破绽。如果对方不中计，那么你的诡计也可能被对方识破。

当对方用这种战术攻击时，我们该如何应对呢？首先，不要顺从对方的问话。例如，对方问："你的结论是什么？"不妨回答："你先别急！"避开对方的话锋。下围棋时也有类似的情形，当形势对对方有利，而己方无力招架时，先停下来深呼吸一下，然后打出出乎对方意料的一枚棋子，搅乱对方的阵势。这一步的效果和说"你先别急"这句话一样，不仅不会上对方的当，更具有使对方动摇的效果。使用这种方法也有另一个优点，那就是松弛自己的紧张，可谓是一石二鸟之计。

◎一直强调“最后机会”的人

人们口头上常说“后悔已经来不及了”、“逃走的鱼一定是大鱼”，每一个人也曾经验过“为什么那时候不这么做呢?”的心态，我们将之称为“丧失利益的经验”。许多人就是因为这种心理，被迫买下不需要或不值得的东西。

最常见的一个例子，就是被不良的不动产掮客欺骗，而买下不合意的房屋。我的一位朋友便亲身遭遇这种经历。他平时是个谨慎的人，直到现在，他仍对自己当初何以轻易上当的事感到大惑不解。我了解情况后，才找出他上当的原因，关键就在于那位不动产掮客说话技巧太高明了。他领着我的朋友看过几幢房屋之后，最后来到一幢外观、地点都相当理想的大厦。我的朋友虽然相当中意，但为慎重起见，仍表示要多考虑几天。而在那位掮客的几句话后，我的朋友在几分钟之内改变初衷，立刻决定买下这幢房了。

原来那位掮客说："这幢大厦推出后很受欢迎，大多数的房子已经卖出了，现在只剩下最后一间。如果今天不签订契约的话，恐怕就来不及了。"

听到对方这么说，他心中不由得产生"如果不早点决定，我就会吃亏"的心态，因此急忙与对方签订契约。但是当他搬入之后，才发现这幢大厦位于交通要冲，噪音吵得人无法生活。

我朋友的实例就是由于听到"这是最后机会"这句话后，认为选择幅度瞬间变窄，因而丧失正常判断力。百货公司打出"今天是最后一天！"的广告，会令家庭主妇们拼命抢购，这也是基于同样心理，认为"现在不买就会吃亏"。了解这种使人丧失价值观的老套词句，可使你不再上当。

◎掌握谈话的主权，逼你二中选一的人

相信许多人会有这种经验：逛百货公司服饰专柜时，一边担心着腰包里的钱够不够，一边则困惑着要不要买。在这个阶段里，内心根本没有选择颜色、样式等具体印象。但一位经验丰富的店员只要观察几分钟，就会自然地走近你的身边，亲切地说："你想选择较明亮的颜色，还是较深暗的颜色？"

其实困扰的是买还是不买的问题，而不是颜色、样式的问题。而那名店员却跨越这个阶段的问题，以"你已经决定要买"为前提，紧接着提出下一阶段的问题。以"你想选择较明亮的颜色或是较深暗的颜色"来问，就是使你忘记买与不买的犹豫，而在具体的两个条件中选择一样。不知不觉中，你被诱入以"购买"为思考前提的回答："如果要买，还是买颜色

明亮一点的比较好。"

这种以故意设置与实情不同的情况为前提左右他人判断的方法，在心理学上称为"误前提暗示"。例如，想引导对方朝 A 方向走，就设定以 A 方向为前提的暗示。站在店员的立场，只要顾客能购买就行了，所以他以顾客要购买为前提，巧妙地将顾客心中"买与不买"的选择，转变为"选择明亮或深暗的颜色"。顾客虽然是在误前提之下作选择，但误以为自己选择明亮颜色的衣服是出于自己的意志，结果如店员所愿地买下衣服。

假使店员依良心做事，稍微用点这种手段，倒还不要紧。但许多营业员巧妙利用"误前提暗示"，让顾客以为是在自己意志之下所作的选择，而买下许多不合意的东西。

父母希望高中毕业，彷徨于升学和就业之间的儿子选择升学，因此把升学作为既定方针，问道："私立学校好，还是公立学校好?"迫使儿子在两者之中选择一样。各位高中毕业生们可千万注意，不要在巧妙的"误前提暗示"下，丧失自己选择的机会。

◎提出他人的不幸作比较的人

前些日子在咖啡店里听到邻座一对夫妻的交谈。“我们儿子的成绩很危险，可能考不上高中。你也应该鼓励他一下呀！把教育儿女的责任全推到我一个人身上，你太没有责任感了。”可能这位丈夫工作太忙碌，无法顾到家庭，因而受到妻子的指责。相信许多做丈夫的都有这个经验，这里笔者把那位先生的回答提出来，让各位作参考。

那位丈夫的反应相当有趣，他静静听完妻子的抱怨，停了一下才说：“不过，我们邻居A先生家的情况比我们更严重。他儿子一点也不听话，每天把家里搞得天翻地覆，A先生因此而不能安心工作。”结果原本苛责丈夫的妻子，也以遗憾的语气说：“说得也是，比起来，我们算是不错的。”不再继续攻击丈夫。

那位妻子听到别人更不幸的遭遇后，不再觉得自己那么不幸。因为她心中产生了对比效

应，认为："比起那个人，我是幸福多了。"换句话说，她的丈夫巧妙利用对比效果，暂时化解了妻子的不满。利用这种心理上的弱点推销自己的商品，或把扣薪水的理由正当化的例子很多。

当对方向你提出别人的不幸时，他的目的可能就是想把你的注意力移开，暂时化解你心头的不满和愤怒。但这不是解决问题的方法，因为问题依然存在，只是被暂时忽略了而已。那位妻子回到家中，看到儿子的模样，一定会重燃怒火，和丈夫再起争吵。熟知这种技巧的主要目的，是使你随时保持警戒，不要轻易被别人引导到错误的方向而上当。

不满薪水太低而向老板抱怨的人，常遭到经营者或上司的巧妙拒绝。老板们狡猾地以薪水更低的人或失业者为例，使得抱怨者心中产生对比效果，反而认为自己提议加薪的行为不对。其实，一切的事物都有各种不同的看法，当公司有盈余时，要求加薪并不是件错事。当你完全理解这种技巧后，相信不会再上对方的当了。

◎强调“只对你一个人……”的人

或许你也曾拥有类似的经验，当别人说出的话对你太有利时，心中会产生怀疑。因为根据你的经验，天下没有白吃的午餐，社会上也不会有那么轻易到手的好处，凭什么自己能得天独厚地享有这份利益呢？因此你对对方的言词绝不会抱持信任的态度。然而擅用语言技巧的人，却能巧妙利用这份猜疑心，使你误入壳中。

推销高价商品的业务员最谙此道。首先，他们要使顾客得到一个印象：即使这件商品价钱昂贵，却是物有所值。但如果立刻把这意思说出来，对方心中必然产生“世界上哪有这种好事”的想法，所以业务员先说“我只推荐给一流企业的干部或具有相当水准的优秀人才而已”，使你认为自己是个特定的人物。许多商业信中写着：“你是中选者”或“你是从一万个名额中选出来的”，都具有相同的意思。

这些词语暗示：由于你是一个特定的对象，所以才能得到重要的情报，享有别人无法享有的特权。这种“只有少数人获选，才能得到特殊利益”的意念，使人顿然觉得眼前的情报是真的。“只对你……”、“只告诉你……”这些字眼，表示自己被提升为特定人物，心中的警戒遂逐一瓦解，很容易被对方征服。换言之，当一个人的自尊心获得满足后，他很容易接受对方的要求。

前些日子，我在服装店买下一件昂贵的大衣。追究购买的原因，完全是因为那位女老板推销手腕太高明了。她亲切地对我说：“这件大衣的价格的确太贵了，但是它的质料相当好。我们店里也只有三件存货，其中一件由 L 先生买去，另一件也被 D 先生订购了。只剩下这一件，我们特别为您留着……”听到这一番话，虽然明知道她是奉承，但心中仍感到心满意足。因为 L 先生和 D 先生都是社会上有头有脸的人，能和他们相提并论，使我的自尊心得到满足。虽然知道对方是为了讨好才说的，却仍佩服对方高明的推销手腕，自动掏腰包买下大衣。

这种说话的技巧，只要在不伤害别人的状态下，都可以广为利用。例如，难以向对方启齿的事，运用“只选择你……”、“你是特别的……”等词句，刺激对方的自尊心，一定可以轻易说服对方。

◎故意突然改变话题的人

当我和外国人说英语的时候，总会尽量选择自己熟悉的话题。因为一旦话题涉及我不熟悉的范围时，我就必须绞尽脑汁思考对方所说的内容，再把自己想说的转化为英文，经过这两道“交换”过程之后，当然未必能用流利的英文交谈。因此遇到这种状况，就好像接受面试一样不自在。

每当我不得不和人聊起我不熟悉的话题时，我都会巧妙地趁对方不注意时，把话题转入我所熟悉的范围。

这时，与我对话的外国朋友，脸上必然会闪过一丝惊讶。但我总觉得，与其糊里糊涂地谈自己不了解的问题，倒不如轻松地谈谈自己熟悉的话题。

以我的例子来说，是使用这种“苦肉计”来掩饰我英文能力的不足。另外一些人则在日常生活中运用这种技巧，企图掌握说话的主动

权。他们常利用“经你这么一提，我就想到了……”、“喔，我想到一些事……”、“等一下……”等等词句来改变话题，使自己能够掌握谈话中的主动权。

这种交谈技巧的要点是：把交谈的重心放在自己所熟悉的话题上，以此优势，再不断改变话题，给予对方心理上的压迫感。使对方苦于话题的不断变换，而掌握不住谈话的焦点。

总而言之，当你在交谈中丧失发表自我主张的机会时，势必跟随对方的理论发言。因此，惟一有效迎击对方攻势的方法，就是不断地改变话题。

◎突然提出自己判断的人

“听你这么一说，我突然想到……”这句话有两种可能：如果对方真的突然想到才说出来，那就不成问题。但很多情况是，对方积藏内心已久，早想说出来，只是借着这个机会，装出突然想到的样子。

例如，公司里的上司对属下的女职员说：“我突然想到，你的服装是不是太华丽了？”乍听之下，许多人会以为这只是随口说说而已，但根据话中的批评和指责之意，应警觉到这不是突然想到而说，却是经过深思熟虑后才说出来的。表面看来，上司似乎对部下们毫不注意，但基于职责，上司必须每天观察属下：服装是否端庄、发型是否合于公司的风格、言谈举止是否稳重，以及处世态度是否学生味道太重等问题，并在心中一一记下。等机会适当的时候，再提出指责。员工们如果不了解上司的用心，以为那只是随口说说而已，而不晓得自我反省，结果必然失去上司的信任。

以上司的立场而言，这种指责的方法也不能算错。上司之所以要装成是突然想到的样子，可能是为了避免双方发生情绪上的冲突。同时，也暗示对方：如果表达不恰当，也请不要见怪。被批评的一方也认为，以这种方式被指责，比被叫到办公室里严肃地训话，心理负担要轻很多，也较能够坦然接受。由于“突然想到”是突发性的，被批评的人也不会怀恨在心。上司使用“我突然想到……”的方法，就是希望在不破坏双方和谐的气氛下，说出心中早想说出的话。

我认识一些幽默协会的成员，据他们表示，事先准备好幽默说词并不受重视，他们认为即兴式的幽默才有价值。若是经过苦思才想出来的幽默，其价值也会打折扣。上司用“我刚刚想到……”的方式，其用意也是借助即兴来达成最大效果。因此当上司说“我突然想到……”时，可能是想把长久以来积压内心的不满说出来，如果你不及时矫正缺失，很可能遭到上司其他方式的惩罚。各位上班族的朋友们，应随时警惕到这一点。

◎故意提出对方无法接受的条件的人

观看职业棒球比赛是件十分有趣的事，而棒球季之后的球员签约问题，却对球迷有更大的吸引力。球队和选手之间的谈判，就是一种心理上的讨价还价。其中许多一流球员都为球迷们提供各种热门话题。

1985年是中央联盟的阪神老虎队最威风的一年，胜利功臣球员巴斯，在更换契约后，仍发挥了全垒打王的实力。据报纸报道，巴斯要求年薪涨为9000万元，并表示，如果他的要求不被接受，他将束装回国，再也不到日本打球。消息传出之后，球迷们紧张地等待结果。到底球队会接受巴斯的要求呢，还是巴斯将效力美国队呢？结果，不出笔者所料，巴斯以4000多万元的年薪决定留在老虎队效力。

事实上，巴斯提出9000万元年薪的要求，

只是对所属球队投出一个牵制球而已。如果他真想要求9000万元年薪，为什么不在更换合约时提出呢？巴斯真正的用意，是想借此探知球队的真意。为探知对方的心意，提出对方不可能接受的条件，借此观察对方的反应，是个常被使用的方法。巴斯要求9000万元的年薪，目的只是在探察球队需要他的程度而已。

使用这种技巧时，必须具备和对方相等的实力才行，否则可能会立刻被对方打败。例如，一位不愿意调到偏远地区任职的平凡职员，想预防自己被调职，而对上司说："因为家庭关系，我打算辞职。"结果反而遭到开除。不衡量自己的分量而贸然使用这种方法，以致遭到悲惨结局的例子，屡见不鲜。其中最典型的例子，就是日本巨人队的选手定岗正二。

传说定岗选手打算转到其他球队服务，但他本人却表示不想在巨人队以外的球队打球。可惜他所投出来的牵制球被球队击出，使他的目的没有达成。总而言之，这种技巧的运用必须十分谨慎。其中最适于运用这种技巧的状况，就是和初次见面的人交涉或进行心理沟通的时候。这时双方的实力尚未明朗，为了探知

对方的心理，趁机提出对方无法接受的要求，从对方反应之中，不难达成自己的目的。

◎先把难以接受的方案提出来的人

刑警向犯人问供时，常说："你现在招供，对你比较有利；如果送审后才招，可能会被判较重的罪。"这种问供方法，就是让嫌犯自行比较现在与未来判罪轻重的心理战术，目的在使嫌犯心理压力加大。利用前面提过的"对比效果"，使对方在A、B两项中择一。而在对方选择时，强调某一项的负面效果，使对方选择看来条件稍好的另一项。

一般人下判断的时候，都事先在心中想像出另一样对比的事物，然后比照两者的价值，再作判断。如果双方程度、条件十分接近，就会再进一步考虑两者较细微的部分。

倘使选择事物中，一样具有过于严苛的条件，选择者通常都会不顾一切地选择另一样条件稍好一点的事物，即使选中的那样东西也未尽理想。也就是说，人们把两样具有负面性的东西相提并论时，很容易把负面效果较小的那



强调某一项的负面效果，使对
方选择看来条件稍好的另一项。

一方视为较理想的选择。

某一家公司的人事主管想利用“对比效果”，巧妙地进行人事调动。他并不直接告诉那位即将被调到甲地的职员有关调职的事，而提出更偏僻的乙地，请那位职员自行比较。他说：“甲地和乙地的分公司都要求派你去协助，你想要去哪里？”

职员听到这句话后，他会选择哪个地方，当然相当明显了。所以，当你听到对方提出条件严苛的要求时，心里要有准备，因为对方的真正目的是接下来提出的要求。

◎不断提出问题使你回答的人

一位著名的高中棒球队教练告诉过我，从前他的球队里有一位主力球员一直无法打出内角球。经过多次训练发现，他的腰会往后缩、同时挥棒太慢。

因此，这名教练改变了指导的方法，他反复询问那名球员："球突然转向你的时候，你该怎么办?""腰部往后缩，会产生什么样的后果?""你怕球吗?""挥棒时，上臂下垂有什么作用?"这名球员仔细考虑这些问题之后，终于发现自己的缺点，最后努力克服了这些缺点。这个方法，的确比直接告诉球员"你应该怎么做"更有效果。一般人比较容易接受自己所下的结论，因此实行起来也更积极。不断提出问题的方法，就是使对方以为一直是自己在下结论，其实在不知不觉中，他的理论已被导入我们想要的方向了。

笔者本人也曾经有过这种经验。一次，我

走进一家西装店购买西装。一位店员走过来问我："您喜欢什么颜色?"我回答："蓝色系列。""是的，您的体型最适合蓝色系列的西装。"他点头称是，然后又问："您喜欢什么款式的扣子?"我不得不回答："单扣式。""不错，就您的职业来说，是应该选择较为特殊的款式。"就在这一问一答中，我买下了店员推销给我的蓝色西装。

当时我认为这套西装极为合适，但回家试穿之后，才发现并不适合自己，但是无法再到那家店里去换，因为：我在店员的询问下，表达了我的希望，那件西装看来就像完全依照我的意思而选购。或许那位店员就是为了避免顾客的抱怨，因此绝不推销，而只用询问，使顾客以为一切都是出于自己的选择。

对方想驳斥你，很可能不会当面攻击你，而会不断对你提出质询。表面上，他很尊重你的意见，暗地里，他是企图使你误以为一切都是自己在决定。当对方反复提出问题时，当心那可能是个心理圈套。

◎故意向你提出忠告的人

有些人非常重视语言上的忌讳，尤其在婚丧仪式上，语言的禁忌特别多。例如：结婚典礼上，最忌讳说：“终”、“离”这些字眼。

几年前，笔者参加一个老友的婚礼。酒席中，新郎的朋友开始致辞。由于他的言词十分幽默，引得大家哄堂大笑。正当全场兴致高昂的时候，他不小心说出：“好，到此结束！”才一说完，他马上发现自己的错误，立刻想要弥补，又说：“对不起，我由衷祝福新人百年好合。”但一直到结婚酒宴结束，他都闷闷不乐。我十分同情他，走过去安慰说：“你今天的致辞十分风趣，没有人会介意那一点小错误的，别沮丧了！”“我昨天晚上一直在练习，还看了好多这方面的书，避免使用那些忌讳的用词，可是……”

由于一直强烈意识到“不能做……”，反而产生反效果，这是每个人都会拥有的经验。比赛

场中，经验丰富的老选手告诉新选手："如果获胜意念太强，可能会使身体僵硬。"年轻选手心中产生"不要紧张、要镇定"的意念，由于这意念过于强烈，反而招致更强烈的紧张。

如果这种意识不是自己感觉到的，而是经由别人提醒，其效果也是一样。一次我去打高尔夫球，就在球场看见这个有趣的实例。我在梯台上等候前一组打完第一回合，看见那组当中有一个人正想挥杆，他的同伴告诉他："右边有沙坑，小心别打进去了。"听到这亲切的警告后，原本想挥杆的人脸上现出犹豫之色，迟疑一下，他仍然挥出，很不巧，球正是往右边飞过去。

当时我有一种想法：如果这位发出警告的仁兄是善意的，固然没话可说。如果他是恶意的，也没有人会发现。事实上，社会中存在着太多表面上十分亲切，内心却期待着你失败的人。为了避免受到这种无谓的干扰，当你听到"别往右边打"的时候，不妨产生"我就是要往右边打"的想法，有了这种心理后，球就会不可思议地飞向左边。

◎搬出堂皇的大道理来说服你的人

一位职业棒球队的著名球员，喜欢开着价值百万的高级轿车到处跑，他对于自己高额的年薪心安理得，但对于驾着名贵轿车到处跑的事，显然有点不安。每当记者提及他的轿车时，他就回答：“我希望借着驾驶名贵轿车，激发年轻一代对职业棒球的热爱。”其实，我们本来并不知道他对驾驶名贵轿车有无内疚，但当他搬出“使我们年轻的一代……”等冠冕堂皇的理由时，我们就可推知，他是借着提出这些对别人有利的理由，来消除他的内疚。

没有职业道德的推销员，也常运用这种技巧，使顾客买下高价的商品。例如，他们常说：“这种羽毛被最适合老人盖，买下它也是一种孝顺的行为。”“国际化的时代已经来临了，为了孩子的将来，应该买一套英语录音带。”由于推销员们提出“孝顺父母”、“为孩子的前途”等冠冕堂皇的理由，顾客们心中产

生“这是为了家人而买”的念头，因此比较容易下决心购买。

通常我们不会轻易相信陌生人的话，尤其是对推销员所说的话，更是心存抗拒感。但一旦听到某种行为是对和自己相关的人有利时，心中的壁垒就会动摇。利用这种心态，推销员们常会提出许多堂而皇之的理由，劝诱犹豫的顾客下定决心。

花花公子们也十分喜欢用这种技巧。虽然现代女性十分开明，但对于性行为的看法仍然很保守。因此，在她们憧憬爱情的心态中，仍认为性行为和爱情是不可分的，在她们内心深处，仍相信快乐是不道德的行为。为了消除女性这种抗拒心，男人常会提出许多现实生活中正当的理由，例如：“因为太晚了，没有公交车，不得不住在你的公寓……”或是人生上的正当理由，例如：“我认为性应该开放……”这样做的目的，是使对方接纳自己。女人很容易被堂皇的理由所说服，因此不论多谨慎的人，都可能被花花公子漂亮的说词轻易欺骗。

◎常说“把你心里的话说出来”的人

岁末或工作告一段落而举行的庆功宴上，上司通常都会对部下们说：“今天大家别客气，有什么话尽管说。”有些主管甚至会说：“就算是批评也没有关系，说出来我才有机会改进。”这些说词多半是为了显示自己的开明态度。

如果你对上述的说词信以为真，而肆无忌惮地批评上司，那就注定要倒霉了。不只是在酒席当中，不论任何场合，凡是说出“不要客气，我一点也不在乎”的上司，就是最在乎的上司。他会把席间某人说过什么话，一一记在心里。倘使批评自己，更会怀恨在心。日后，只要遇到什么事，他就会立刻想起：“某人曾在宴会上说过我。”然后找机会报复。

会议中也常发生这种场面。上司发言时说：“今天大家都坦诚相对，有什么意见，都

可以毫不犹豫地说出来。”如果部下果真站起身来，批评上司的工作进度及方法，日后必然遭到报复。不过，在当时他一定会保持笑容，说：“喔，一点也不错，谢谢你告诉我。”内心深处则火冒三丈，愤愤不平，记恨部下一辈子。真正度量大，能容忍部下当面批评的上司少之又少，大多数上司说“不要客气，有话直说”这种话，只是为了表示自己是个开明的人。由此可知，愈是说这种话的人，气量就愈小，对人的怀恨也愈深。

“不要客气，有什么话直说！”这句话表面上听来，显得气量宽宏，其实它背后隐藏的真意是“不准说任何批评我的话”。

◎常提出“如果是我，我会……”忠告的人

我购买东西的时候，也常使用这句话。当店员向我推荐几种商品的时候，我一定反问对方：“如果是你，你会选哪一种?”但我也不完全依对方之见而购买，因此大多能买到理想的商品。被问到：“如果是你，你会选哪一种”时，会凭职业道德推荐给顾客的店员也有，但根据我的经验，这种店员少之又少。大多数人面临这个问题，都会先思考一下，设想顾客买下哪种商品对自己最有利，然后再把商品的详细资料一一介绍给顾客。但这种店员仍然算是正直。

最糟的就是，你一说要买东西，他就把商品一一介绍出来。他选的不是你想购买的，而是他想推销给你的商品。面对这种情形，各位一定要多加留意。

一般而言，“如果是我，我会……”这种忠告，多半是出自内心的关切。但有些人把这种关切变成说话的技巧。例如，媒人想催促犹豫不决的当事人立刻决定婚事，就说：“我觉得对方条件真不错，如果我年轻20岁，一定马上决定。”

听到这句话，很多人都会认为对方确实是设身处地为自己着想，最后不知不觉依对方意见而行。当然，如果遇到太离谱的场合，人们不会轻易相信。但如果情况是模棱两可，当事人就可能被人牵着鼻子走，甚至连影响终身的问题都失去判断能力。

许多高级服饰店的店员们常说：“你的品位很高。如果我有钱，我一定会毫不犹豫地买下这件毛皮大衣。”结果，不少女顾客依言买下了昂贵的大衣。

听到“如果是我的话”、“如果有钱……”、“如果有时间……”、“如果可能的话”等假设性语言，你可要留神，因为真正关心你的人，不会常说这些话的。所以，不要轻信一般人的忠告，也不要轻易对别人提出忠告，才是最重要的做法。

◎故意提供你不确实情报的人

我的一位朋友以疼爱妻子而著名，目前他已五十多岁，是一家大公司的中级主管干部。他疼爱妻子的动机，十分有趣。

在他 20 多岁时，是个典型的上班族，每天为了工作而忽视家庭。不久，就与一位酒吧女侍发生恋情。由于这段婚外情，他时常深夜回家，甚至彻夜不归，但他都以“工作”为由，而且确信妻子不会起疑。可是女人的敏感，实在叫人害怕。一天，他和女友幽会后，像以往一样半夜回家，他的妻子对他说：“最近你的脸色不太好，是不是工作太累了？”这话让他大吃一惊，因为结婚以来，妻子从来没有说过这种话。这使他担心妻子已经对他起了疑心。从那天开始，妻子时常说“你实在很辛苦”等等的话，最后他也感到自己已经筋疲力尽，同时对自己在外的风流韵事感到惭愧，终于向妻子坦白，并发誓：“从今以后，再也不

会在外面拈花惹草。”

如果我朋友的妻子采用另一种方法，歇斯底里地骂道：“你这个无耻的家伙，竟然背着我……”相信我那位朋友绝不会像今天这么疼爱妻子的。

其实，上述例证的现象是人之常情，每一个人听到对自己行为的直接指责，都会立刻产生反感；但如果受到抽象而不明确的暗示，反而会自认理亏。根据个人的经验发现，拈花惹草的丈夫一旦受到不确定的暗示，马上会变得疑神疑鬼。

商界人士时常利用这种心理，制造对方心中的不安感。“喂，经理好像在对你皱眉头呢！”这种表面亲切，实际上毫无根据的话就是最好的例子。事实上，经理“皱眉头”和“对你”根本是完全不相干的两码子事，对方蓄意把两者连在一起，制造你心理上的不安。这种情形之下，如果能马上找出原因，自然不难想出应变方法，如果找不出原因，势必坠人对方陷阱中，整天疑神疑鬼。

商场上资讯的竞争十分激烈，如何比别人把情报更迅速、正确地弄到手，是一种不可多



收到抽象不明确的暗示
会产生心理上的不安。

得的才能。利用商场上这种心理，给对方不确实的情报，使对方无法正确应对，也是一种情报竞争方法。

◎故意用严肃的口吻下达命令的人

一般公文及学术著作多半比较严肃，因此常使用“准此”、“查照”等一般人不太理解的文字。近年来，许多以年轻一代为对象的杂志，喜欢使用平易近人的文字，因而语言文字的使用也倾向于短小轻薄。在这股时代风潮激荡之下，学术著作以及公文书信仍然顽固坚守它们的保守作风，不肯作丝毫改变。

公文及学术性著作之所以坚守作风，是为了掌握文字表达的效果。语言文字具有“阶级性”，能为读者或听众带来极大的心理影响。以平易近人的文字表现的文章，不论其内容如何，都会给人一种不够稳重的感觉。公文或学术作品假使不以严肃的文字来表现，必然会使人感到其权威扫地。因此，公文或学术著作必须用较难以理解的文字来表现，才能增加权威性。同时，严肃的言辞有时也可以掩饰内容的瑕疵。

有些人喜欢在日常会话中加入严肃的语词，这种人很可能就是利用这种心理作用，提高自己的权威。例如，平日和蔼可亲的上司，一天突然用严肃的口气命令部下：“我们组里的营业额要加倍上升，你必须努力提高业绩。”一向习惯了和颜悦色的部下，一旦听到上司这番话，心中会立刻产生一种与过去完全两样的心理状态，因此也把上司重作评价，不知不觉地无条件接受上司的命令。如果能够了解上司突然改用严肃语言下命令的心理状态，部下也就不必辛苦地从事心理战了。

◎不断提出无法以“是”或“不是”作答的问题的人

新闻记者们由于职业的关系，十分擅长使人开口说话的技巧。这些技巧中，最有效果的一种就是：不断提出使对方无法用“是”或“不是”来回答的问题。让对方以具体内容回答问题，再根据他的答案，不断发掘问题，最后一定可以把想知道的秘密挖掘出来。例如，记者来到遭强盗抢劫的家庭采访，就会使用5W1H的问话方式：何人（who）、何时（when）、何地（where）、何事（what）、哪一个（which）及如何（how）等问题提出后，立即可获得许多具体的答案，因为这些问题都不能用“是”或“不是”来回答。

当记者问：“是什么样的男人？”受害人回答：“大概四十多岁的男人。”接着再问：“穿什么样的衣服？”“长得什么样？”这一连串问

题提出后，整个事件便得以逐渐清晰地浮现出来。如果记者问："犯人是个男人吗?""他是从窗口进来的吗?"这种类型的访问方式，对方可以用简单的"是"或"不是"来回答，使得谈话很容易中断，整个事件也无法明朗化。

站在被害人的立场来看新闻记者，不难发现他们的访问方式很符合心理学理论。一般说来，被害人都不愿意事件张扬出去，因此受访时，都希望尽量以简单方式回答。而在记者巧妙的询问下，被害人以简单的一句话回答了具体的内容，结果，不知不觉中，被害人会把全部事件和盘托出。

其实，不只是新闻记者拥有这种问话技巧，任何一家公司都可能存在着一两位被称为"情报局"的人，他们共同的特点就是善于问话技巧，将他们称之为"私人记者"也不为过。例如，一位女性主管想知道属下是否和同事谈恋爱，利用周一早晨闲聊时问："你星期六上哪儿去玩啦?"如果这名职员老实回答，女主管就会循着她的回答追根究底："和谁一起去呀?""然后又去哪里了?"最后把属下的

底细摸得一清二楚。当别人不断向你提出无法用“是”或“不是”来回答的问题时，他很可能就是想探知你的隐私。在此奉劝你，最好对他敬而远之。

◎不断抱怨第三者的人

一般说来，国人对不满意的事容忍性很高，即使明知是对方不好，却不好意思坦白指出来。近来公寓内开设特种营业场所，常制造噪音等污染，但为了避免陈情惹来纠纷，大多数人都只是默默地忍受。

一位住在社区公寓的著名心理学家，有鉴于国人的习性，巧妙地利用“以第三者为抱怨对象，间接向对方抱怨”的方法，消除了长期困扰他的噪音。

这位心理学家的楼上住了一位作曲家，不论白天或深夜，这名作曲家不断弹奏练习曲或创作作品。开始时，心理学家一直默默忍耐着，但夜以继日的疲劳轰炸，使他的忍耐达到极限。

一天，他上楼拜访作曲家，说：“隔着楼板还能听到您弹奏钢琴的声音，这显示公寓结构有问题，当初建筑这幢公寓的公司应该负责

供给住户安适的环境，我们应该要求那家公司改善。”作曲家听完，没有表示任何异议。换句话说，心理学家巧妙地把抱怨对象转嫁到第三者，即建设公司身上，并提出向该公司抗议陈情的建议．其实，他真正抱怨的对象是那位作曲家。

他的尝试完全成功。作曲家意识到钢琴的声音影响到周围的邻居，因此在钢琴底下垫上软垫，充作隔音设备。同时，在深夜时也不再弹琴。心理学家终于从噪音中获得解脱。

其实不只是上述的例子，这种以“第三者”为抱怨对象的技巧，我们也常常使用。例如嫌邻居家的狗太吵，故意告诉对方：“我家的猫太吵人了。”自己儿子正在准备高中联考，而隔壁的孩子却时常来邀请儿子出去玩，母亲因而对隔壁的太太说：“我儿子时常去找你儿子，一定打扰他读书，真是抱歉。”表面上是为自己儿子的行为道歉，实际上是在抗议对方管教不严。如果你不及时警觉，可能会被对方认为太迟钝而瞧不起你。

◎提出物理性条件的人

我所认识的一位大学教授很会找理由拒绝别人。例如，想结束演讲后听众提出的问题时，一般人都会说："对不起，我没有时间……"但他却不这么说，而说："抱歉，我必须赶几点几分的火车……"听众听到这句话，认为他是个十分坦诚热心的学者，不得不停止发问，而以热烈的掌声欢送他离去。由上例可知，说话的技巧实在十分重要。

这种以物理性限制为理由，巧妙拒绝别人的要求，可使被拒绝者束手无策。每个人心中都有一个根深蒂固的观念，那就是物理性的限制无法改变，因此不得不放弃坚持。例如，柜台职员看见一个衣着不整的人前来投宿，如果直接表达拒绝："对不起，我们饭店拒绝接待形迹可疑的人。"必然会引起纠纷。为了避免纠纷的发生，大多数的人都会用"客满"这个理由来拒绝，以便达到既安全又有效的目的。

最常被使用的物理性借口，就是时间和空间的限制，因为两者都具备不可改变的性质。近年来电脑十分发达，所以电脑也变成了物理性借口的一种。

我的一位学生告诉我，他除了报考我所执教的大学之外，也报名参加多所大学考试。当他得知其中两所大学考试日期冲突时，想放弃其中一所大学的考试，因而打电话到该校教务处，说："我想放弃贵校的考试，请将报名费退还给我。"对方回答："很抱歉，一切资料都已输入电脑，不能更改，所以不能退费。"听到这样的回答，我的学生认为："既然已输入电脑，一定是不能更改的。"因此放弃报名费。

在这里，我们先不谈输入电脑后，是否就真的不能再更改的问题，我们应注意，社会上有太多人一听到机械、时间、空间等方面的借口时，便认为无可改变而自动让步。其实，以时间、空间等理由来拒绝的方式，只不过是使对方自动打退堂鼓的技巧而已。

◎交谈时，故意使对方产生疑问的人

推理小说最有趣的地方在于找寻凶犯。发生一件命案后，嫌犯拥有坚如铜壁的不在场证明，读者心中涌现“为什么?”“怎么办到的?”等等疑问，在强烈的好奇心诱导下，迫不及待地想要找出真相。

我本人十分喜爱推理小说，在艾嘉莎·克莉丝蒂、雷蒙·钱德勒等人的小说中，随处可见仅凭一点疑点，就能吸引读者穷究到最后一分钟的情节。

一般人之所以对某事关心，其起因多半源于疑问。据说牛顿潜心研究力学，终于发明了万有引力的法则。穷究他研究的起因，竟只是对苹果落地产生了疑问。不止牛顿如此，许多其他知识领域的学者，也都只因为一个简单的“为什么”而完成伟大的事业。由此可知，疑

问是促使人类关心的原动力。

推理小说或电视连续剧最善于使用这种人性心理。在每一集的最后一幕制造高潮，使观众坐立不安，挂念着主角在下一集中将会如何，但不给予任何暗示或答案，使观众永远保持着强烈的关心。

这种手法也常用于会议发言。不论是多精密的调查，多彻底的研究，如果只用罗列重点的报告方式，只会令人觉得无聊，而评价也不高。在某一主题结束时，如果适时问道："刚才所提到的问题，各位还有疑问吗？"听众必会付诸较多的关心。

得不到女友结婚承诺的男人说："明年春天，我要去德国研究所工作，准备在那个新天地中闯一闯，谢谢你和我交往那么久。"对方听到这种话，心中可能产生"可能以后不能和他结婚了"的疑问，但更可能因此，女方产生积极的反应。

当对方说话不断使你产生疑问时，可能他有意使你关注于他的话题。

◎先要求你“严守秘密”的人

某家一流公司的主管与属下女职员约会时，被另一位女职员看见。由于目击的女职员和被目击的女职员是好朋友，所以目击者一直代为保密。但是这位女职员愈想守密，心里却愈想说出来。一天，她终于忍不住，对同事说：“我告诉你一个秘密……”消息很快就传开了。不久，全公司就传遍了这个消息，那位主管和女职员不得不离开那家公司。

老实说，那位目击的女职员没有恶意，只是人性的弱点就是：听到“这是一个秘密”时，很自然想将它宣扬出去。假使一件丑闻是以一种公开态度来宣扬，一般人心中立刻会产生反感，同时怀疑那位宣传者的人品及良知，认为宣传者是个可厌的人物。但如果宣传者以“我告诉你一个秘密……”的方式来宣传，一般人就会认为：“他并不想散播谣言，只因为信任我才告诉我。”传播者心中的恶意因而受

到掩饰。

恋爱并不是办公室惟一可能变成秘密的话题，商界的资讯也时常成为秘密的焦点。例如：公司中某位职员受上司交付“极机密”文件，通常所受到“严守机密”的命令愈严格，机密愈可能泄露。也就是说：愈强调严守秘密，愈会招致反效果。

◎故意规避对方期待答案的人

每一个人都有“期待心理”，得到预期中对方的答案才能安心，如果得不到预期的答案，就坐立难安，甚至想改变自己的行为。

所谓“不负期待”的技巧，就是利用这种方法使对方产生恐惧、不安，因而改变他的行为。

职业棒球队的教练们常采用这种技巧，帮助球员脱离低潮，恢复胜利的信心。

居于劣势的A棒球队下一位打击者，轮到正陷入打击低潮的球员。观众和队友们都认为教练会选出代打，连那位选手本人也认为教练将指定代打。谁知教练走到他身边，说出完全出乎意料的话：“对方投手的变化球现在已经没有那么凌厉了，好好掌握对方的角球，一定能打出安打。”这一番鼓励使陷入低潮的选手恢复自信。他意气风发地上场，果然不负众望，挥出一支中间方向的全垒打，反败为胜。

从那次比赛的一击之后，那位选手脱离了低潮。这件事是一个体育记者告诉我的，他还表示："如果当时那位教练指定代打，不知那名选手需要多少时间和努力来克服低潮。"

不只棒球队教练使用这种方法，贤明的妻子及精明的主管也时常使用。例如，与同事打麻将，到翌日早晨才回家的丈夫，本身就心虚，猜想妻子一定会不高兴地骂人。不料回家后，妻子竟和颜悦色地说："你工作得太辛苦了，现在先去洗个澡吧！"这使丈夫感到不好意思，暗下决心下不为例。妻子强自压抑心中的愤怒，以对方意想不到的和悦口吻说话，使晚归的丈夫心生不安，轻易赢得战术上的胜利。

假使这位丈夫心想："我妻子真是了不起，我凌晨才回家她也不生气，我以后可以放心大胆地晚归了。"那么这位丈夫未免太单纯了。

◎讨论当中，突然把重心转移为身边话题的人

1941年，英国和德国的战争进入第三年，当时美国总统的安全顾问哈利·霍卜金以特使的身份，拜访居于劣势的英国。向美国请求援助的英国首相丘吉尔，在欢迎会场上绝口不提求援的事，反而滔滔不绝地阐述他的“和平论”，以致话题脱离主旨愈来愈远。当他正讲到欲罢不能的时候，原本一直保持沉默的霍卜金打断他，说：“这都不是重要的问题，我们要讨论的是，阁下应该如何打败希特勒。”这句话把议题拉回本旨，丘吉尔才开始提出与美国建立共同战略的具体要求。

由上述例子可知，滔滔不绝地高谈理论时，一旦被问及现实问题，说话者的气势就会减弱好多。一直想规避现实问题的心理，也会因为被触及痛处而显露出来。有些人就看准了

这种心理，而把理论上赢不了的对手驳倒。

例如，公司干部会议中，大家纷纷发表对新产品的看法。一位被认为是青年才俊的职员准备了丰富的资料，说明他的提案。由于市场调查和分析做得十分确实，同时这名职员也充分掌握了新产品的特色，因此他的报告十分精彩，在座的其他职员也面露钦佩之色。

这时，平日和这名职员不和的另一名职员，想削弱对方的声势，他不采取正常发言的形式，而轻描淡写地说："对，你这套理论我从××小姐那里听过。"所谓的××小姐就是这名职员的女友。这句话立刻对这位充满自信的发言者发生影响，他的心理产生动摇，理论也无法保持原先的周详。

这种充满恶意的语言技巧，在上班族的生活中已属家常便饭。因此，当别人突然把谈话内容扯离本题，而提出身边或现实的问题，你必须有心理准备，对方很可能企图削弱你的气势。不过，当对方这么做的时候，也暴露了他的理论赢不了你的事实，所以你必须充分了解这种心理状态，才能抵挡对方的攻击。这样，不论对方说些什么，你都不会自乱阵脚。

◎假借“大家的要求”来坚持自己意见的人

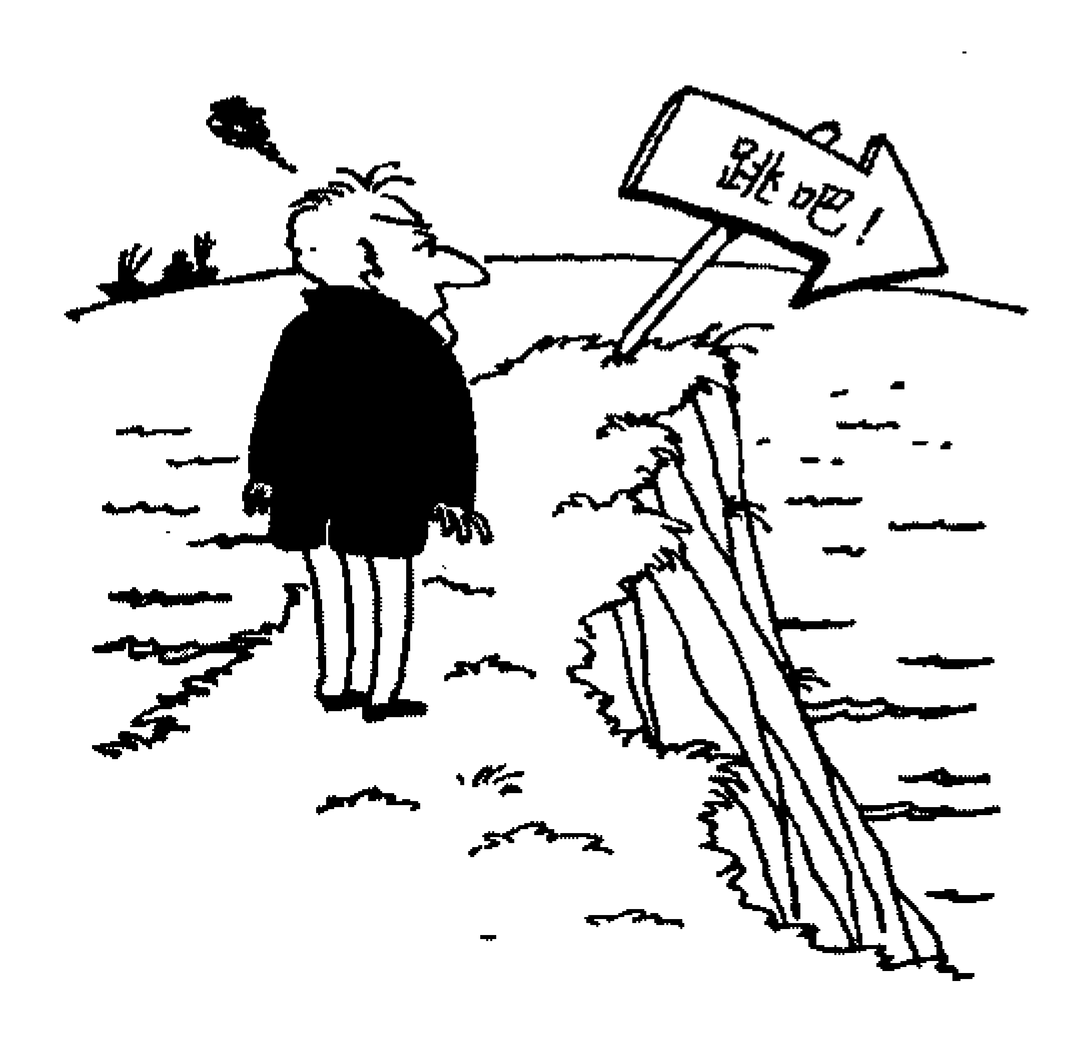
有句话说：“人并不是自己想做，才去做某事；而是看见别人都做，所以才想做。”例如过马路，自己并不想闯红灯，可是看见别人都闯红灯，所以才跟着一起闯。每一个人心中都潜藏着一股“渴望和别人一样”的强烈欲求，利用这种心态，如果刻意强调“大家都如此……”，可强迫许多人做出原本不愿意做的事。有关这种心理状态，美国一位有名的心理学家曾做过一个很有名的实验，其内容如下。

这个实验被称为“自动运动”。首先在暗室内点一盏小灯，让三名接受实验的人一直凝视着光点。不久，他们就觉得光点似乎开始上下移动，然后三名受验者分别报告他们所看见的光点移动情形。第一个实验是让三个人进入一间房屋内，各人报告光点移动的距离。第二

个实验是将三人聚集在一间屋子内，再报告各人看见的情况。由两次报告中的数字可发现，第二次的报告被逐渐修正，其数据大约和第一次三个人分别报告的平均值相等。也就是说：三人内心中想和别人相同的欲求，使原本不同的答案渐趋一致。另外，我们也常看到某些人在群体中的行为举止，与独处时判若两人，这也是这种心理下的产物。

许多缺乏职业道德的推销员就是利用这种心理，使顾客买下原本不想买的商品，制造出不少社会问题。其中最常见的就是推销价值数千元的小学生学习教材。据说许多家庭主妇本来不想买这种昂贵又不实用的学习教材，但往往听到推销员说："隔壁的太太也买了一套，对面的太太早已有了一套……"原本不想买的心理便发生动摇，最后都决定买一套。后来和邻居谈起此事才发觉，原来对方也是听了这句话才买下一套的。这例子显示出，一般人都有和"大家都……"认同的倾向。

不过，除了不道德的推销员之外，读高中的男孩希望父母答应自己和同学出去玩，也常以"大家都去"作为理由；小女孩希望母亲答



强调“大家都如此”，可强迫
许多人做出原本不愿意做的事。

应自己到舞厅跳舞，也会搬出“大家都去”作为理由。这些都是运用“认同群体”的心理达成自己目的的例子。

◎加强你心中迷惑的人

时常在下午播出的人生咨询节目很受一般家庭主妇欢迎，可能因为这种节目可窥视别人的隐私，刺激观众的好奇心。以我的立场来看，这类节目除了能满足人们窥视的兴趣外，解答者绝妙的词锋也相当有趣。有时解答者巧妙说服询问者的过程，比一出连续剧更有吸引力。由于解答者必须和询问者面对面沟通，因此一定要拥有巧妙的谈话技巧。这技巧，在心理学家的观点上来看，也相当有道理。

所有解答者最常用的技巧之一就是，顺着对方意思说话，从侧面减弱询问者的决心。我曾看过一次离婚问题咨询，解答者爽快地说："这么听起来，你丈夫实在是太坏了，赶快离婚吧！"听到这种回答，不禁令人觉得有趣。

由于这个答案直截了当地附和自己的主张，反而令询问者感到意外，因而不再抱怨自己的丈夫。有些人甚至改变态度，转而为自己

的丈夫辩护："不，我先生还是有优点。"最后解答人会说："好，那么你再回去仔细考虑一下，和你丈夫谈一谈。"

大多数人在坚持某种信念并一意孤行之后，心中都预期着别人强烈的反对。当他的坚持出乎意料地轻易被接受时，反而令他不知所措，心中的坚持也随之瓦解。

◎表示清楚了解你底细的人

一位颇负盛名的算命先生告诉过我，大部分来算命的人自己都带着答案。人们陷入迷惑时，通常也失去自信，他的任务就是使那些彷徨的人重拾信心。

一个满脸倦容的上班族来算命时，他的烦恼总不出于工作、家庭、金钱等等。算命先生开口问："你为工作而烦恼吗？"一定是八九不离十。但来算命的人却认为对方一语命中，十分灵验。我的朋友经验十分丰富，他认为人的烦恼都有其固定模式，凭他长年来的阅人经验，以及令人难以置信的直觉，通常都可一眼识破对方的心事，再逐渐诱出对方的详细资料，最后给予最好的指示。

不过也有许多不良的算命先生，假装洞悉女顾客的弱点，诱使对方坦白一切烦恼，然后利用其弱点进行敲诈。他们常用的技巧是旁敲侧击："原来是因为你父亲的缘故……"像这

样逐渐套出妇女逃家原因后，立刻掌握对方弱点，对对方予取予求。

这种手段也常用于商场。例如，想探知某一笔大生意进行的地点，故意装出完全知道详情的口吻说："这次计划的那个地方……"对方必然误以为你已知道真相，不知不觉就在谈话中说出进行生意的场所。

这种假装详细了解底细的方式，俗称为"诱导询问"，是一种相当高级的交谈技巧。虽然它未必能使每一个人都上当，但稍不留心，仍可能坠入圈套，而把真相泄露。当别人对你说出一大堆不具体的言论时，应该怀疑对方的企图，以免不小心泄露对方想知道的情报。

◎以疑问句来询问你的上司

同样是下达命令，如果你以“这个月业绩必须要达成多少”、“好好工作”、“别慢吞吞的，赶快走”这种命令意味十分强烈的方式说出来，任谁都会心生反感。因为命令是单向的传达，很少能促进自发性的行动。假使用婉转的言词，使对方认为一切是出自于自己的决定，所得的效果就大为不同了。其实管理需要许多技巧，尤其是公司或组织中的主管，如果一味以命令口吻来管理部下，一定很难得到部属的爱戴。即使部属们奉命行事，多半也是口服心不服。所以一个精明的主管，一定能洞悉部属的心理，巧妙运用直截了当的命令和疑问句型的命令。

例如，进行人事调动时，趁着正式结果还没公布，先把部下叫来，关切地问：“你在业务部工作很久了，难道不想改变一下目前的工作环境吗？”以这种暗示的方法婉转传达即将

调动的信息。有时也会用更婉转的方式问，提出与工作毫无关系的话题作借口：“你是A地的人吧，让独生子只身到大都市来工作，你父母一定很担心吧。”如果你认为上司是对自己表示关心，那么未免太天真了。因为很可能三天后，你就接到调往A地服务的人事命令。

站在一个必须接受命令的上班族立场来看，当上司不以命令的口吻，而以疑问句的形式说话时，应警觉地探察问句之后所隐藏的命令前兆。婉转或疑问形式的命令，其目的在诱导部下认同上司（或公司）的思考方向，同时也想使部下认为一切决定是出于自己的判断，从而提高努力奋发的心理。另一方面，使用这种心理战术，也能把可能遭遇的反驳或抵抗减到最低。

以专门为日本天皇家族拍摄照片而著名的摄影师熊谷辰夫，叙述某次为皇太子拍摄弹钢琴照片的情形。由于场地太狭窄，能取景的角度只有一处，但为了使画面构图更完美，他希望皇太子能把手指按在低音键上。站在一旁的美智子皇妃察觉摄影师的犹豫，便说：“低音

部分呢？你为什么不弹弹低音呢？”皇太子得意地按一按低音键，结果熊谷如愿拍得满意的作品。

◎话说到一半，突然沉默下来的人

凡事注意自我主张的现代，人们似乎已经忘记了“沉默是金”这句格言。不过，如果适度地使用沉默，有时也能产生绝大的效用。尤其在人人重视说话技巧的今天，巧妙使用“瞬间的沉默”，往往能发挥意想不到的妙用。事实上，善于演说的人，大多都十分擅长利用沉默来增加演说的效果。例如，日本大正时代著名的辩论家兼政治家N先生就是个典型的例子。每当他上台演说时，都不马上开始正式内容，而以听众几乎听不见的声音作开场白。作家兼中尊寺住持的今东光先生，也是以善于演说而闻名，据说他每次致词的时候，也都采用N先生那套独特的技巧。

现代社会中，善于掌握沉默的高手，大多在相声界里。说相声讲究“说话要有适度的间断”。这所谓的间断，就是“沉默”的效果。各位只要听听相声，应该就能充分了解那句话

的意思。

据说业务员阶层中，成绩最好的往往不是口若悬河的人，而是说话木讷的人。这是因为木讷的人说话时常有间断，因此使人觉得他比滔滔不绝的人可靠、诚实。

谈话中,如果对方突然沉默下来,一定会使人感到奇怪,进而想探知其心意,因此也产生些许不安。各位不妨回想一下,当上司叫你到办公室,却一直保持沉默,当时你的心情如何?若要求对方介绍商品,这时,如果你先开口,就表示已经中了对方的诡计。据说想引诱女性,最好选在吊桥上进行。因为置身吊桥上,容易产生不安感,因此成功率特别高。这种唤起不安感的手法和利用沉默引起对方不安完全相同。

就外在表现来看，沉默和忽视具有类似性质。听说如果想排斥团体中的某一个人，只要故意忽视对方的存在，就可使对方受不了而离职。换句话说，对方因受冷落，心中产生不安感，最后不得不离职。由此可知，沉默一旦被恶用，就能产生可怕的结果。

◎先提出你可轻易接受条件的人

每个人都有过这种经验：当别人要求借贷100万元时，我们会一口拒绝，但如果对方要求借1000元时，往往因为不好意思拒绝而答应。然而往往这1000元和那100万元之间有着密切关系，各位不可不慎。一般人的心理会立刻拒绝较大的负担，但对于较微不足道的事情，即使要求出自一个讨厌的人，也会勉为其难地接受。这种情形久而久之形成习惯，人的容受程度也逐渐增加。

人都有一种心理倾向，那就是先听到过分的要求，会立刻拒绝，可是如果先听到微小的要求，就会轻易接受，最后连原本不可能接受的要求也接受了。斯坦福大学的研究员就曾做过一个实验，证实了人类这种心理。

首先派人自称为正对该地区家庭进行调查的某消费者团体的调查员，并发简单问卷，询问家庭主妇“厨房内是否使用肥皂”，然后以

“为扩大调查范围”为由，要求参观住宅。另一组调查员则省略发问卷调查这一手续，直接要求参观住宅。结果发现，后者得到家庭主妇合作的比率只有22.2%，而前者所得到的合作比率却高达51.8%。从这调查报告可明白，如果循序渐进地提高要求的程度，很多原本不被接受的请求都被接受。

最好的例子就是加班问题。上司先和悦地要求部下在假日来公司一两个小时，处理一些必要的工作。职员们也认为一两个小时无所谓，最后在不知不觉中演变成假日也上班的现象。

◎故意以问句形式复述你的话的人

前些日子听到两个学生的一段对话，其内容如下："她实在好可爱哟！""可爱吗？""是啊，而且是最可爱的！""最可爱的吗？"

两个所指的"她"，似乎是目前很受大学生欢迎的一位女歌星，两人正在批评该女歌星的人品。听两人对话，似乎一直在赞美的那个学生已得到同伴的同意。但看两人的表情却不如此，大力赞美的一方满脸兴奋表情，而另一个人则面无表情。

我觉得面无表情的这个学生可能有意使对方结束这个话题，不要再继续谈下去，也许这个学生对演艺界的消息没有兴趣，因此他不断重复对方所说过的话，以表达心中"好了，别说这个无聊的话题啦"的想法。

欧美人士常对一般国人不直接表达内心感受的态度，感到大惑不解。特别是在想反对对方意见的时候，这种倾向最明显，会借着这种

技巧，压抑对方的看法。

我本身也曾经遭遇过几次类似的经验，其中一次是在一个讲习会后，与一位学生聊天时发生的。

“老师，以前我不知道香烟有什么好处，自从学会抽烟以后，才了解它的味道多么好。”

“喔，香烟的味道那么好吗？”

“是啊，尤其在饭后或早上刚起床的时候来一支，真是最大享受。”

“是最大的享受吗？”

当时我并没有注意到自己一再重复对方的话，事后回想起来才发现，自己心中一直想要否定对方的看法，因为我没有抽烟的习惯。

许多人说话时喜欢滔滔不绝，并误以为对方也听得津津有味。其实当对方开始重复你说过的话时，就表示他已经对你的言谈感到不耐烦。如果这时你不马上识趣见好就收，很可能在不自觉的状态下，变成一个不受欢迎的人物。

◎交替使用“大声”和“小声”说话的人

我们常听人说：“在会议场所，嗓门大的就是赢家。”这话的确不错，谈话中音量放大，可产生扰乱对手心理的效果。以政治家或企业家为例，不论其演说内容如何，喜欢大声说话或放声大笑的人，都比嗓门小的人吃香，印象中，也给人豪放磊落的好感。从某种角度来看，会谈具有秘密性，高声说话却能破坏这种秘密性，使对方感到惊讶。如果音量过大，则能达到“威吓”对方，掌握优势的效果。

一直以大声说话的一方如果突然减低音量，变成耳语一般说话，会使对方产生何种反应？轻声细语的说话态度常使人联想到秘密的会谈，因此对方也会迅速降低音量。同时，不论即将说出的内容重要与否，对方都会做洗耳恭听的心理准备，并移动身体，摆出专门倾听

的姿势。

大声说话有大声说话的效果，小声说话也有小声说话的效果，如果把两者搭配使用，其效果必然加倍，这也是一种制止对方说话的重要谈话技巧。首先，利用大声威吓对方，接着再用小声吸引对方注意，并交换使用威吓及吸引注意的手法，利用两者的差别，将对方玩弄于股掌之间，使对方完全丧失掌握主导权的机会。这就是这种说话技巧的主要目的。

日本前首相田中角荣就是一个善用这种技巧的人。他喜欢边摇扇子，边高声谈笑，但下一瞬间，他就可能把扇子凑进对方耳边，低声耳语。利用这种方法，他成功地掌握全场气氛。



三、因语言而被迫下判断

◎察觉你的不满，抢先说出来的人

最近，我从一对刚买房子的夫妻谈话中，再一次体会到人们的微妙心理。他们夫妻俩一同到不动产业者处洽谈购屋事宜，出面接待他们的是一位四十多岁，外表看来十分诚实的职员。他为他们展示几幢房屋之后，说："根据你们的预算，我认为S区有一幢房子很符合你们的要求。"接着他就拿出那幢房子的介绍资料。那是一幢坐落在S市郊区，拥有庭院的独院式建筑。看过说明资料及照片后，那位妻子十分满意。

立刻察觉顾客心意的职员，接着说出令这对夫妻感到惊讶的事。"其实，我不愿太积极向你们推销这幢房子，它虽然便宜，但是交通不太方便，走路到火车站必须花40分钟。同时，附近也没有市场。"听到这些话，这对夫妻反而对这位职员产生信赖。本来，他们也和一般人一样，先入为主地认为"不动产业者都

是骗子”，因此心中随时保持警戒。但听到职员的话之后，警戒心逐渐松弛，反而认为“这个人很诚实”而信赖对方。因此，这对夫妻和职员约好，下一个假日一同去参观那幢房子。

到达现场之后，这对夫妻更吃惊了。因为职员所说的“步行到火车站需要40分钟”，其实只需要30分钟不到而已。附近也确实没有超级市场，但有几家杂货店。夫妻两人心中不约而同地佩服那位职员，认为：“这个人真是诚实可靠。”先生对妻子说：“这房子条件不错。”妻子也点头赞同。

迁居几天后，这对夫妻才发现许多现实上的困难。首先，走到火车站需花30分钟的路程，在日常生活上相当不便。而且附近杂货店所卖的商品种类很少，价钱也比一般超级市场高。住在那里犹如住在“陆上的孤岛”一般，夫妻俩都感到十分后悔。但他们却无从抱怨，因为当初他们已预知种种不便，却仍同意购下这幢房屋。

由于职员把缺点夸大地说出，造成与现实缺点的差距，因此这对夫妻才产生错觉，以为“并不如想像来得那么严重嘛！”。由此可知，

当别人故意把缺点夸大时，未必表示对方有意谦虚，可能他想借此混淆你正确判断的能力。

◎在问题中附加前提条件的人

从某种角度来看，问卷调查的结果并不可靠。因为主办者在某种企图之下施行问卷调查，所以很可能设法把调查导向对自己有利的结果。例如，从政者希望得到“大部分国民对目前的政治感到满意”的结果，因此设计出可得到这种答案的问卷。“目前90%的国民都过着中上水准的家庭生活，没有战争的威胁，你满意现在的政治形态吗?”

如果只简单地问：“你对目前政治状态感到满意吗?”答案就大不相同了。以“现在90%的国民都过着中上水准的家居生活”为前提，使接受调查的人产生先入为主的观念，认为“现在我国已享有和平”。这种手法对于不满当前政治形态的人，也有微妙的心理影响。由于自我判断受到混淆，许多反对的意见就变成了“不知道”。不少问卷调查的结果中，“不知道”意见特别多，其理由就在此。我们将这

些回答“不知道”的人们称为 DK 群（don't know group）。事实证明，问卷调查中所给予的先入为主观念愈强，DK 群增加比例愈高。正式的舆论调查中，把给予回答者先入为主观念的方式称为“偏向”，这种手法不但无法获得正确结论，还可能受到排斥。

利用“偏向”混淆对方判断能力的方法时常被人们使用。据说在法庭上，想击溃对方不在场证明的检察官最善于使用这种手段。他通常以这种方式询问被告：“你几点抵达现场？4 点还是 5 点？”先给予被告 4 点或 5 点的概念，如果正确时间是 3 点，被告必然回答 4 点或 5 点。这和前述的“误前提暗示”相同，利用错误情报的提供，使对方判断力迟钝。

这种技巧也被广泛使用于商界。在问题中附加前提条件，逼迫你得出结论的人，很容易受先入为主的观念影响。所以应对这种手法特别警戒。

◎强调单方面提议的人

在这个世界上，没有人对自己持有 100% 的自信，任何人都会有某种程度的不安。很多人利用这种心理而一口咬定说：“都是你不对！这应由你完全赔偿！”有时对方也信以为真地接受了无理的要求。

例如，洽谈生意时，你想以较有利的条件和对方订契约，正在犹豫不决时，对方突然说：“无论如何，没有比这更有利的条件了，若是不信，你可以向别家公司打听一下。”听到这些话，你心中可能产生“说不定果真如此”的想法，原来想提出的条件就更难启齿了。

一旦被对方抢得先机，受到单方面的要求时，一般人都会动摇心意，使许多想说的话都说不出口，而对方的目的因而得逞。在这种情况之下，不论对方所言虚实，以后的谈判一定是朝对方有利的方向进行。

最典型的例子就是交通事故。其实交通事故的发生必须由双方负责，但有些没有道德的驾驶者会用先发制人的方式，使对方坠入圈套，而把所有责任推到对方身上。

“别开玩笑！把你的驾照拿出来！”像这样蛮不讲理的态度，完全不让对方有时间思考交通事故是双方的责任，而乖乖承认是自己的错。

由于受到单方面的攻击，使对方明知不是自己的错，也自认理亏地道歉：“对不起，是我不对。”但这种话一说出口，反而使指责的一方更是气焰高涨，变本加厉地指责你驾驶技术太差。逐渐地，被指责的一方愈来愈没有反驳的余地，最后接受全部负责赔偿的无理要求。

像这种双方立场、意见对立的情形，许多人都会采取单方面的指责，以便先封住对方的辩驳。

当你遭遇意见相左的对手，一味想用压迫性言论表达他的主张时，你应马上警觉到：这个人正企图利用这种心理来坚持自己的主张。这时最好的解决方法就是，马上找来第三者，作公正的判断。

◎常在说话中插入“所以……”的人

我们把所谓理论家的言论及说话方法大致归纳一下，会发现他们都有一个共同特点，那就是常说“所以……”。一般说来，只有在其理论过分牵强时，理论家们才会频频使用“所以”、“也就是说”等等理论性的转折词。

为什么人们会这么说呢？其实稍微想一想就可知道原因。例如：与人约会，因不可抗拒的理由迟到，或无法赴约时，都会向对方道歉。如果是认为太麻烦而有意爽约的话，则必须找尽各种理由，来为自己开脱，那时就会使用“因为”、“所以”这些言词。因此，可说“所以”是一种为自己强辩时采用的言词。

原本“所以”这个转折词，是承接前一句的句意来表达结果，具有连接原因和结论的作用。听者听到“所以”这个词之后，也能明白

全句的因果关系，进而了解理论内容。但许多人却利用这种心理，把原本不通的理论，说得有条有理。

一开始就说“所以”的人，假装已提过先决条件，而且获得对方承认。例如，他们常说“A，所以是 B”，却绝口不提 A 的内容，全力强辩 B 的理由，使对方错觉 A 是根本不需再作说明的事实。当有人在你面前一直说“所以”时，你应怀疑他谈话内容的理论根据。

◎在别人意见中添加自己意见而发言的人

企划力及产生构想的创造力是企业界最大的武器。能够开发新产品，或提出走在时代前端的企划案的员工，都会获得上司极高的评价。然而企划力和创造力不是轻易能拥有的，因此许多人利用巧妙的心理战术，夺取别人的功劳，提高自身的评价。

例如，许多公司都常召开企划会议，一向被认为能干的职员站起来，滔滔不绝地发表他的卓见。其他坐在一旁露出羡慕眼光的人，自然被视为无能的职员，但他们又无能力提出相与抗衡的构想，久而久之，便产生出一种外表看来很能干的职员。他们在公司内真正能干的职员发言完毕，稍待一会儿才站起来，说："我的意见和他一样，这个构想我以前也思考过。"但是只叙述自己想法和对方相同，不过



一味附和别人的意见，只是个追随者，

不如发展自己的构想。

显示自己是个追随者而已，要胜对方一筹就得接着补充："虽然我的想法和他相同，但我认为如果加上某一点，效果一定更好。"然后追加一两点自己的意见。原本已经可能被采纳的构想，经补充后，自然不大可能被拒绝。同时，自己的评价也得以提升。

采用这种手段，切记不可批评对方的企划案，因为如果指责对方，必遭致对方抵抗。应以赞美来使对方松懈警戒，趁对方心防松动时，提出自己的意见。

这时，如果构想获得采用，会被认为是谁的构想呢？结果不是首先提案的那名职员，而是补述意见的那个人！在会议中的发言十分奇妙，愈是后面提出的意见，所获的评价愈高。纵然原本是他人的构想，只要添加了自己的意见，最后也被认为是自己的构想。

不过，这种不光明的手段，很容易被精明的上司识破。既然有时间思考如何盗用别人的构想，何不好好利用这时间来发展自己的构想呢？

◎一开始就把问题条列出来的人

前些日子，我和一位目前任职公司重要干部的友人久别重逢。相谈之下，我发现过去被称为“迟钝”的他，说起话来有条有理，深具说服力。我对他指出这点，他不好意思地说：“只是听起来很有条理而已。”确实如此，许多没有道理的事，都可靠巧妙的说话技巧，使听者认为头头是道。

使说话内容听起来有条理的方法很多，其中最常见的一种就是“把问题分为几点来谈”。到底应把重点归纳为几点比较理想呢？某位评论家说，“三”是听起来最理想的数字。如果只提出两点，恐怕听者认为太简单，而追究谈话内容。如果列出四点，听者可能又会认为这个问题太复杂了。

所以，“三”是最恰当的数字。其实，以其他事物来看也都如此。例如，要写一篇有关“台湾现况”的论文，如果只谈目前的台湾，

说服力相当薄弱，倘使先谈过去的台湾和未来的台湾，再谈目前的台湾，虽然理论完全相同，却具有相当的说服力。这就是“三”这个数字的魔力，使人觉得一切事物都涵盖其中。

话虽如此，“三”真的能涵盖一切的问题吗？其实不然。说“问题可分为三点”的人，只是利用人性的弱点，把这句魄力十足的话加诸于听者，使听者自然而然地相信：“问题可分为三点”。

当你听到“问题可分为三点”时，你心里就要有个准备：对方可能想利用这句话来掩饰其他的要点，而把真正的目的藏在谈话中来欺骗你。许多想掩饰言谈中矛盾及理论不足，或想隐藏重点的人，都时常使用这种方法，尤其是评论家或政治家，最喜欢采用这种技巧。各位不妨从电视访问或座谈中，研究他们说话的方法，一定相当有趣。

◎频频引用数字的人

日本前首相田中角荣在政界以擅长演说而著名，其实他演说的声音并不清楚，而且十分粗大，同时态度并不潇洒，但不知为什么，却很能吸引群众。据说他的秘诀就是大量使用数字。例如，他提到 GNP 时，都提出具体的数据，使人很容易接受。

由此可知，在言谈中加入具体的数据，可使说话内容更具客观性及可靠性，说服力也随之增强。例如，到家中推销百科全书的推销员说："这一地区里，80%的住户都购买了这套书。"这句话，使你心想："我也应该买一套。"推销员也因而达到他的目的。

企图引诱女人的男人也常用这种手段。例如，调情的时候，男性说："听说目前 20 岁的女孩子，10 个人中只有 3 人是处女。"这种半开玩笑的说词，会使仍为处女的女友感到自己落伍。许多男人便利用这种心理，成功地达到

目的。

有时，为了加强说话的效果，应使用非整数的数字。例如，电视上播出国会里质询的场面，议员提出目前物价上扬指数为零点零几时，每一个听众都会感到“他确实是很有研究”，因此马上对这名议员产生信赖感。

同样的道理，这种非整数数据也可用于商界。新产品的企划会议上，详细列举数据的报告，如“根据市场调查的结果，首都圈内76%的家庭……”，很容易使听者接纳。由于这种报告可得到较高的信赖，因此评价也会提高。

其实国人本来就对数字较为信赖，曾有一家牛奶糖制造公司，利用“从A地走到B地才吃完一颗糖”这句话，改写为“走300公里才能吃完这颗糖”，结果这种厂牌的牛奶糖大为畅销。这正证明了国人的心理状态。所以，在对话中常听对方提出数据，你可得多留意他的真意。

◎经常使用"这个"、"那个"等词语的人

语言不但能表达说话者的思考及意志，同时也传达了形象。而使用"这个"、"那个"等指示词，更可增加传达的效果。

"这就是那一种最著名的商品"，其中"那一种"三个字，立刻使这样商品凸显出来，因为"那一种"强调了接下来的内容。杂志周刊中，如果标题写着"那一位名人"，就能使那位时常出现的人物，再次显现出新鲜感。就一般情形而言，"这个"、"那个"等指示词也具有化腐朽为神奇的作用。常说"这个"、"那个"的人，就是想利用这些指示词的奇妙魔力，使对方留下深刻的印象。

当对方说"那个"或"这个"时，他是想利用这些指示词表达"不是其他，而是那个……"，或"不是其他，而是这个……"等意

思，表示说者与听者都已经承认了前面所叙述的内容。说话者使用“那个”、“这个”这类的指示词时，就是有意使听者陷入错觉，以为自己已经在某种程度上承认了对方的话。这就是“那个”、“这个”等指示词所具有的魔力。

利用这种指示词的魔力，可使原本陈腐而毫无魅力的事物，变成人人瞩目的事物。

听到人们常说“这个”、“那个”时，你一定要多加留心。

◎常使用概论的人

近来，女孩子的服装愈来愈华丽，我读高中的儿子似乎交了女朋友，读小学的次子则吵着要买电脑……这些都是家庭中常发生的事情。老一辈的父亲往往无法忍受这种情形，因此常会开口骂道：“你们太过分了，小孩子就应该过小孩子的生活！”受到责骂的孩子则会反驳：“爸爸，你已经落伍了！”

其实，不论父母是走在时代尖端，或是落伍，他们关心子女的心是不变的。孩子强调父母跟不上时代潮流，只是为了使自己的行为显得正当化而已。换句话说，近来孩子们已学会使用概论来使自己的意见获得重视的技巧。

不只是孩子如此，我们日常生活中也常用概论来使我们的行为正当化。其中，最善于运用这种技巧的就是政治家。演讲中的发言被指责时，演讲者通常都会以“我不过是在叙述一般概论，并没有以特定的事项为对象”来逃避

指责的锋芒。许多人也会在刚开始发言时，先提出“我只是叙述概论”，然后再叙述自己的论点，以免遭受攻击。近来“中产阶级意识”很受欢迎，就是因为“中产阶级”是目前最大众化的生活形态。

早上出门前，妻子说：“你什么时候回家，我希望我们也能和一般家庭一样，全家一起吃晚饭。”搭车途中，看见车厢广告上写着：“30岁应该拥有自己的房子！”抵达公司，科长说：“你的企划案还没做好吗？像这样的效率，怎么称得上是本公司的优秀职员？”下班踏上归途，同事拍着你的肩膀说：“一起去喝一杯吧！不要忽视交际，否则你会被同事排斥的！”“30岁……”、“怎能称得上是本公司……”、“被同事排斥！”这些话都是用概论来强调自己的主张。常使用概论的人，就是利用人们认为“属于多数才能安心”的弱点，强行推销自己的主张。

◎强调被委托的事情相当困难的人

许多人想结识政界或财经界的重要人士，以便打通关节，因此常仰赖一些有背景的人士从中引介。以委托者的立场来想，只要致赠相当的谢礼，这些有背景的人士自然会答应帮忙，然而事实却不如此。在第一次上门求助时，这些有力人士会说："不行，太困难了，我劝你放弃吧！"直到你一再恳求对方时，他们才勉为其难地答应。

原本委托者只准备 1 万元的谢礼，可是一而再、再而三的碰壁后，谢礼也逐渐增加，最后认为致赠 10 万元也不为过。其实，这就是那些有力人士的目的。因为他们心中非常明白，答应得太容易了，反而不值钱。只有一再地拒绝，才能提高自己在委托者心目中的价值。



勉为其难答应请托的人，大多是以此来抬高自己的身价。

这种实例也时常发生在我们身边。例如，想拜托公司里的前辈协助某件工作，以为对方会轻易地应允。不料对方却说："不行，经理交待的工作太多，我没有时间。"当你正打算放弃时，他却说："好吧，既然你拜托我，我就设法来解决。"这时你必然会对这位前辈肃然起敬，并庆幸自己有这种同事。

但是事后你会发现，所谓"经理交待的工作"并不是很重要的工作。为什么这位前辈要故作为难状呢？原来他的心态和上述那些有力人士一样，想借此提高自己的身价。利用上司交待的工作，夸示自己的能力，然后对所提出的要求露出难色，使你以为自己的要求确实强人所难。如果你真以为对方不便帮忙，那么你未免太单纯了，因为：对方不过是利用这种心理技巧，来抬高自己的身价而已。

◎常在会议终结时，归纳大众意见的人

我曾出席过一家一流公司的新进人员考试，看到十分有趣的场面。一个报考者知道自己笔试时成绩不理想，因此在集体面试时，运用技巧，给予主考官强烈的印象。所谓的集体面试，就是所有报考者根据同一主题，分别发表自己的意见。这个人一直到最后才发言，他的手法就是把别人的意见加以重点归纳。

经过大家的发言后，他最后站起来，说："我把各位的意见归纳一下。"接着积极陈述自己的意见。因为没有别人用这种方式发表自己的意见，因此他显得特别突出。果然，他胜过口才比他好的报告者，进入该公司。他之所以被录取，完全是利用心理学上所谓的"新近效果"，因为：人们在从各种来源吸收情报时，很容易受到最后部分情报的左右。

这说明除了内容以外，情报的提示方法也很重要。例如，企划会议或研讨会中，有些人并不抢着出风头，只默默地记录别人的意见。如果认为这种人消极无为，那你可就大错特错了，他们正在搜集大家的看法，等到会议快结束前，一边归纳众人意见，一面坚持自己的主张。由于此时所有的人都已经发过言了，所以他的言论无形中变成会议的结论。

愈是想坚持自己的意见的人，愈不会在会议现场与别人激烈争辩，而是静观会议的进行，等候最后发言的机会。

◎不断提出与主题无关话题的人

某银行董事S先生以善于处理人事调动而著名，同时，他在管理部下的手腕上，也相当高明。当S先生仍在分行出任经理时，现在的总经理F先生刚调入分行。F先生任职半年后就开始讨厌这份工作，因此想要辞职。12月的某天晚上，S先生请F先生吃饭，F很自然地想到S可能要挽留自己，因此心中期待着对方说出这方面的话。但一直到吃完饭，S都没有提到有关挽留的事。等到新年一过，F也打消了想辞职的念头。

类似上述的例子，我们时常看到或听到，这也是动机纯正的一种。另外，有一些人却运用这种技巧，狡猾地使对方忘记原本的话题，进而展开对自己有利的行动。

一家小工厂的厂长被属下员工请到咖啡店商量事情，这时厂长心中明白员工打算向自己借钱。但由于工厂经营不顺，无法答应对方的

要求。因此，他一到咖啡店，便开口说："对不起，久等了。实在是因为最近接到的工作太困难……如果是你，你会怎么应付?"像这样完全不理会对方目的，而滔滔不绝地申诉自己的困难，使得原本想开口借钱的员工逐渐打消念头，最后还被厂长说服，协助工厂的工作。

我的一位学生和我提起婚姻问题遭父亲反对的事，相谈之下，我才发现他父亲的态度和那位厂长完全一样。当他跟父亲提出婚姻问题时，他的父亲显得漠不关心，一直谈着不相干的话题。最后又以"我们来喝一杯吧！你还年轻嘛"作结。

我劝这位学生不要因父亲不关心而难过。他的父亲不是不关心，相反的，他十分关心这个问题，但又不愿正面面对问题。就是由于过于关心，所以才装出不关心的样子。以后如果要和父亲商量这种问题，不妨以轻松的闲聊方式进行，反而容易得到父亲的同意。

◎以第三者的口吻来传达消息的人

10年前，社会上谣传有一个“裂嘴的女人”出没，造成极大恐慌。这件事使人体会到谣言的可怕。许多人为使虚构的事情更具真实感，往往不以自己的立场来传播，而说“朋友的朋友”曾见过或听过，使虚构的事听起来确有其事。

社区里常可听到许多风言风语，他们都是用“听说某太太曾亲眼看到”来加强真实感。因此，不少人利用谣传的特性来打击对方，或提高自己的优势。

我也曾经目睹过这种实例。某家公司宿舍中，传出财务科长贪污事件，这谣言似乎是一位对这位财务科长不满的职员刻意传开的。不久，宿舍中每一家都听说了这个谣言。最后公司不得不召开干部会议。由于这位科长平时温厚笃实，无法想像他会做出贪污的事，所以听者莫不感到意外。

即使不特定指明是从某人处听到某某消息，也具有同样的效果。只说“我听说……”，听者就以为大家都已经知道，只有自己不知道，而感到不安，因此会特别注意地听。听完之后，也想马上转告别人。如上述的那位科长，经过调查后证明是无辜的。他反省自己受到怀疑的原因，可能是自己态度不好，因此在干部会议中道歉，却更受上司赏识。这恐怕大出那位中伤者意料吧！

◎喜欢在谈话中提出权威者的人

为使产品予人良好的印象，广告中常邀请著名人士出面说明。例如，速溶咖啡的电视广告里，某位学者对观众说："确实与众不同……"或说："我使用某牌的……"这就是典型例子。

除此之外，利用夹在报纸里的传单大做广告的健康食品、美容减肥等药品，也是利用相同的技巧。在这些宣传品当中，通常都会引述医学博士的推荐或论文介绍。比较起来，利用名人在电视上打广告还是较为可靠的，那些利用报纸传单宣传的健康食品，实在令人怀疑。这些利用权威人士促销的手法被称为"圣经商法"，颇受舆论非议。但时下仍可发现许多商品使用这种手法推销，可见这种缺德的行为仍相当赚钱。

事实上，每个人都很重视权威，因此对于无效果的健康食品，容易产生"既是权威医师

的推荐，必然有效”的错觉。生意人往往就掌握住这种心理，达成其促销商品的目的。

想使自己的企划得以顺利通过，一位商品开发部的职员说：“这在美国相当畅销……”或引述某部门的权威人士言论，来支持自己的论点。

其实人都不是凭眼睛所见的状态来感觉事物，而是本能地规避对自己不利的事情，选择对自己有利的事情。这在心理学上称为“知觉防卫机能”。

利用这种接受与选择的机能，我们便能把自己的情报传递给对方。这就是为什么商人利用名人或权威者做广告的理由。

把平凡无奇的构想变成深具权威感的构想，是一种高明的技巧，但是利用这种技巧，推销无效果的健康食品，却是一种缺乏道德的行为。通常，商品本质愈粗劣，愈会引述权威者的言词加以掩饰。因此，当推销员到家中拜访时说“××先生也说过……”，各位就要好好考虑一下该商品的价值了。

◎先说“这是众所周知的事实”的人

有些人在正式说话之前，喜欢先说一些开场白，例如：“这是众所周知的事实”、“这是个著名的例子”、“这连小孩子都知道……”或“在本业界中人人都知道……”。这些话有一个共同点，就是提出人人皆知这个事实。在这些开场白之后，再有意图地提出自己的意见，使自己的言词，巧妙地隐藏在那些已提出的开场白之中。

例如，某人先提出“众所周知……”的说词，再开始提到你闻所未闻的事实。而实际上，他所说的不但不是“众所周知”，而且知道的人少之又少。然而你很容易陷入“别人都知道，只有我不知道”的心态，因此而想倾听对方的言论。结果，说者与听者之间形成了优越与自卑的悬殊心理。其实对于对方唱独角戏

时所说的话，你根本不必在乎听过没有。只因对方先用“众所周知的事实”预作防线，使你误以为对方不是有意炫耀，也不是想展示他的优越感。

我的一位学生就是因为受这种心理技巧的影响，而放弃进修的学业。原本他是个相当优秀的青年，很受教授们的器重，因而遭致研究所某位学长的嫉妒。这位学长常在交谈时，有意无意地说：“这些研究生都应该知道……”事实上，那位学长所谈到的理论，不是精通该科的专家根本无法了解。但由于逐渐失去自信，终于使这名青年离开了大学。

◎说话过于形式化的人

前些日子，我打电话给某报社广告部的科长，想请他介绍几位记者出席座谈会，谈谈报道工作的甘苦。但不知什么缘故，那位科长说起话来非常形式化。他不但坚持邀请记者座谈得通过他的批准，同时要求我报告座谈时间、地点，一切都像公家机关办理公文一样。我原本想办座谈的心逐渐冷却，最后决定取消这项活动。

那位广告负责人为什么会有那种态度呢？后来我才发现，他非常不愿社内同事出席外界活动，但他认为如果断然拒绝，对于一个大学教授而言，相当不好意思，因此使用极度形式化的言词对应，希望使我自动打退堂鼓。在公家机关办事，可能存在所谓的“官僚主义”，以注重形式的方法，固定的形态应对各种人。否则服务台的窗口业务，必然繁杂不堪。

一般人的思考或发言，往往会受到当场气

氛的影响。如果处在一个注重模式的环境中，自由构想一定会受到限制，而在不知不觉中改变原有的想法，那位广告组负责人及一般公家机关办事员，都有意利用这种形式化的态度，间接拒绝对方的要求。例如，举行校庆时，老师为了使一切活动顺利进行，把校庆执行委员会的学生叫到会议室里，说："各位同学，今天请各位来的目的，是想使本校传统的校庆更为充实……"

真正想得到自由的构想，惟一的办法就是废除形式主义。近年来，流行所谓的研究开发型中小企业，许多负责人问我："我希望能得到崭新的构想，应该怎么做?"其实做起来很简单，只要把会议室严肃的气氛略作改变，马上能使与会职员不受拘束地谈话。

◎故意激怒你的人

日本首相中曾根每次接受记者访问时，总不忘提出“平常心”这三个字，他强调以不变的冷静心情来处理政治事务。我对这句“平常心”深感兴趣，因为人在冷静的状态下，不会说出真话。所以当中曾根首相说“平常心”这三个字时，等于是告诉记者：“我不会说出我的真心话。”

反过来说，想探知对方的真意，最好办法就是使对方失去冷静。日本前首相田中角荣仍然在任时，某位记者曾在记者会中问道：“请问您对洛克希德案件有何看法?”当时，洛克希德案件是他最不想谈的问题，周遭的人也深知此点，因此都不敢触及这个问题。虽然对新闻记者而言，挖掘真相是报道的目的，但为了怕触怒田中首相，大多数记者都不敢问这方面的问题，因此只问“有关政治问题，您的看法如何?”等等。这些都是田中首相乐于谈论的。

那位记者故意想激怒田中首相，因此提出那个触及痛处的问题。

果然不出所料，田中首相勃然大怒，以致记者招待会一度中断。最令我感兴趣的是田中首相当时说的那句话："你是哪家报社的记者!"这句话泄露了田中首相的真意。从这句话中，可想见田中首相心中的想法："就算我因此案而退位，你也休想好过!"

这种话，当田中首相保持平常心的状态下，绝不会说出口。那位访问记者故意想套出他的本性，因而运用这种高明的心理战术。

这种战术时常被人使用。当你的上司毫无由来地询问令你生气的问题时，就表示他正有意激怒你，使你吐露出你的真意。

◎交谈当中，忽然自言自语的人

各位有没有这种经验：商谈或会议中，或是与情人、朋友谈到较严肃的问题时，对方忽然无视谈话内容，而陷入自言自语的状态。这时，如果你认为对方是忽然想到某种令他担心的问题，而停下来等他的话，你未免过于天真了。

在这种状况下，通常对方都是有意运用这种心理战术，使你上当。不信的话，你不妨回忆一下当时的场面。当情况对对方不利时，十之八九，对方都会有这种企图。这时，他自言自语的内容一定和你们正在谈的主题无关。假使你问："你在说什么？"必然不得要领，因为对方一定以"不，不，那是我个人的事……"加以敷衍。

换句话说，对方是为了避开不利的情势或局面，刻意岔开话题，躲避锋面。例如：当商谈状况对你愈来愈有利时，对方忽然插嘴：

“等一等，现在几点了？我得在3点打电话给经理……对不起，我们刚才说到哪里？”这时，你的思绪一定已被搅乱。

当交谈的对象突然插入无关主题的自言自语时，表示对方想掩饰内心不愿面对的问题。遇到这种状况时，你可千万不要上当。

◎使用过度赞美词的人

通常职业棒球队的著名教练不轻易夸赞选手，其中日本西武狮子队教练广冈达朗就是最典型的例子。对于比赛中表现突出的选手，他顶多只说："今天你很努力。"但对那名选手而言，这种程度的赞美已能使他心中产生最大的满足。

这种情形同样发生在商业界。最擅长管理部下的经营者很少赞美员工。因此，当他说出"你很努力"这类赞美词时，员工会感到"经理对我的评价十分公道"，因而士气大振。

其实，喜欢听人奉承是人之常情，每个人都希望受到别人的赞美、奉承。但不可思议的是，如果受到过度的奉承，人们反而会感到不安。例如前面提到的例子中，被同事夸赞："你是能力优秀的人，将来一定是公司的重要干部。"如果不是对自己充满自信的人，听到这些话，心中难免产生怀疑："我真的有那么

好吗?”然后在被期待的压力之下，变得心神不宁。

曾在东京奥运会获得马拉松赛铜牌的日本选手丹谷，可能就是基于上述的心理状态，而在进军墨西哥奥运的前夕自杀。换句话说，由于上届获得铜牌，因此周遭对他产生很大的期盼，最后终于使他受不了沉重的心理压力，产生悲惨的结果。

在我们身边常可发现过度赞美遭致反效果的实例。著名心理学者 H.G. 基诺曾说过，过度地赞美儿童，往往使他们认为自己不值得那些赞词，最后陷入恐惧的状态。其实，大人的心理也有相同的情形。

哪一种赞词最容易引起别人的不安呢?就是有关人格方面的赞词。因为人通常都有双重性格：一方面对自己充满自信，另一方面却又对自己充满怀疑。因此，精通人性心理的人们常利用过度的赞美，攻击对方的弱点，以达成自己的目的。

◎说话态度和内容不相符的人

据说，西方人和东方人交际时，对于东方人送礼时的说词最感大惑不解，对于惯于直接表示的西方人，尤其是美国人而言，“既然是不值钱的东西，怎么能送人呢”？但这些形式上的客套话，已成为东方人寒暄时的惯用语，本身并不具有任何意义。以心理学的角度来看这一点，便能了解这是个很有趣的例子。

譬如，你想在一张图画纸上凸显自己，如果你仍使用白色，或用其他淡色，无法得到预定的效果。假使你在四周涂上黑色，白色立刻能凸显出来。铁路平交道的栅栏使用黄黑相间的条纹，就是因为它比单一黄色更醒目。东方人送礼时的寒暄，也具有这种作用。为使绞尽脑汁选出来的礼物更突出，致赠前故意先否定其价值，利用赠品实际价值和形容时的巨大差距，造成对方深刻的印象。

同样的道理，为使一个沉默寡言的人凸显

出来，最好把他安排在一群喋喋不休的人当中，要强调某人值得信赖，则安排他和一些轻薄的人同席。我把这种方法称为“意识化的法则”。

近年来，年轻女孩们愈来愈坦白地向男人示爱。但大多数的女人仍千方百计，设法诱使男人说出示爱的意思。其中一个方法就是：故意说出和态度完全相反的话。例如，一个女人态度上似乎体贴男友，却对未发现她爱意的男友说：“你真讨厌！”

男友完全不了解她的心意，被她的态度弄得十分慌乱，不断自问：“到底哪里得罪她了？”利用这种否定，在对方心中制造冲击，使得原来并不打算和她结婚的男友，突然觉得她魅力无穷，最后决定娶她为妻。因此，当你遇到对方激烈地否定你时，应保持冷静，仔细观察对方的心态。

◎以忙碌为理由拒绝你请求的人

人的心理十分奥妙，对于轻易到手的东西不屑一顾，对于不容易到手的东西，却千方百计地想弄到手。人际关系也是一样，对平常易见面的人不以为可贵，如果对方太忙，见面不易，反而更想见对方。

这种心理结构常被用于演艺界。例如，一位平时很少有机会上节目的小牌演员，接到电视台的通知，她绝对不会马上同意参加演出。

即使她的日程表上没有预约，也会说："等一下，我得看看时间的安排。"接着对方就会听到翻笔记本或偶尔传来的"嗯"之声。好一会才说："好，我拨时间参加好了。"

演艺界的人们认为"忙"代表"红"，闲暇无事的演员任何电视台都不愿意用。"等一下，我得看看我的时间安排。"这一句是演员表示自己很忙、很受欢迎的惯用语。不论事业上忙不忙，演员们在接通告时，都会这样问

答。

商界人士也常运用这种技巧。例如，与客户商谈时，要决定下一次见面时间，双方都会掏出备忘录，确认有无时间。如果某一方问："××日好吗?"对方会故作沉思，久久不答。这时你就必须提高警觉了。通常备忘录上的时间都标示得一目了然，不需再作思考。对方久久不回答，表示对方有意以"忙碌"来显示自己的能干。

遇到这种状况，最有效的方法就是"以其人之道，还治其人"，拒绝对方提出的建议或安排。那么对方也会认为你是个能干的人，生意谈成的希望也大为增加。

◎改变习惯上的语言顺序而说话的人

某位升大学补习班的老师说："我从在学校教书时，每次预测必然上榜的学生都落榜，而且一连三四年都是如此，我一直感到很困扰。后来我决定改变鼓励的方法，第二年，果然如我的期待，我认为会考上的学生都考上了理想大学。"

把那位老师的话简单叙述如下，他只不过是把以往"你一定会考上"的鼓励言辞，顺序颠倒，变为"会考上的一定是你"而已。

表面上看来，只不过是"你"和"考上"两个词的位置颠倒而已，但在听者而言，他们的感受绝不只限于言词顺序颠倒。乍听之下，"你一定会考上"是句鼓励人增加自信从而造成强大的压力的话。如果说"考上的一定是你"，考生所感受到的则是"如果我落榜，还

有谁会考上”，这句话成为一种新鲜的印象，铭刻在心头。

用这种方法说服女友也相当有效。不要一直对对方说“我爱你”，而向对方耳语“我爱你”。这种语言上的新鲜感，加上被爱的感觉，一定能打动女性的芳心。

当然，也有不少人运用这种讲话的技巧来骗人。例如，宣传产品的文句“头脑好的人都使用”改为“使用者的头脑都很好”，便能造成鲜明的印象，说服消费者购买。

◎顺口透露情报的人

一位推销员正企图向我推销一台最新流行的语言处理机。他详细说明功能之后，补充说明："现在我们公司正在进行宣传活动，凡是买一台语言处理机的顾客，都能免费获赠一台桌型语言机。"接着他又以热诚的态度悄悄对我说："虽说是桌型语言机，每台也值 2 万元，能够免费赠送，对顾客而言也相当划算。"对于他的说词，我感到很怀疑，因此我说："好吧，我只想买一台桌型语言机。"结果对方的表情豁然开朗。

我的猜测果然不错，那名推销员真正的目的是促销桌型语言机。后来我才知道，那家公司因为桌型语言机库存太多，深以为苦。公司方面判断，如果情况继续下去，将导致经营上的危机，所以着手"免费赠送桌型语言机"的宣传活动。那位推销员来访的目的不在语言处理机，而在减少桌型语言机的库存。他们所谓

的免费赠送，事实上早已把桌型语言机的价钱加在语言处理机上。

在我们生活中，时常可听见这种顺口透露情报，企图达成真正目的的对话。例如，科长叫职员把一份文件送到总务科，职员答应后正转身要走，科长却补充一句："等一等，你顺便看看总务科长在不在。"其实，科长的真意并不是要送文件到总务科，而是想打探总务科长在不在。

当我们不好意思说出本来的目的或不愿别人发现此目的时，都会想以"顺便……"的方式来表达。因此你听到别人说"好、顺便……"或"如果你方便的话"，表示对方另有所求。如果你以为对方只说"顺便"，就忽视对方最后一句重要的话，一定会被对方认为你太不灵光。如果有人对你说："你最近很有进步，不过态度还需要改进。"千万别以为对方在夸赞你，实际上，他正是运用这种心理，暗示你态度不好。



四、因语言而被迫于不利的立场

◎引述别人的缺点并加以强调的人

有些不良的不动产业者，常会使用这种方法欺骗顾客："同业之间常有欺骗顾客、销售不良产品的现象，请你多加留意。"

愈是想表现自己是优秀的业者而强调别人缺点的人，愈是想利用这种语言技巧来隐藏自己的缺点。这种人会告诉顾客各种不良业者的欺骗伎俩，并教授顾客如何避免上当。一旦取得顾客的信任之后，他就施展出浑身解数，欺骗顾客。因此，上当的人为数不少。由于一般人有种先人为主的观念，认为坏人不会批评别人的不良行为，也不可能教人防止上当的方法，因而使得评判人物的基准发生偏差。不良业者就是利用这种心理漏洞乘虚而入。

仔细回想一下，你将发现，除了不良的推销员之外，很少有人能使顾客在第一印象中，立刻产生认同感。也有不少优良的业者尝试以各种的对策防止不良业者的嚣张行为，但结果

却是防不胜防。

因此，当你遇到一位特别强调别人缺点的推销员时，最好的方法就是，由你提出具体的质问。如果对方面露得意之色地为你详细说明，你就应该怀疑对方的企图了。

一位利用上述手法推销仿制名牌手提包的推销员对家庭主妇说："这个社会上坏人太多，你应该格外小心。"事后，这名主妇反省时说："我当时会上当，实在是太愚蠢了。"

◎在言词中加入负面情报的人

我们常在报纸杂志上看到某些聪明绝顶的人被欺诈的消息。例如，某大企业家或政治家被骗走一大笔投资金。如果实际听到受害人叙述上当经过，我们不得不佩服骗子手段的高明。骗子利用被害人心理上的盲点而运用的说话技巧，令心理学者也大为折服。

一位骗子想使周转困难的经营者落入圈套，而说如下的说词取得对方信任："1 亿元过于庞大，我无能为力，不过我勉强可以筹到 3000 万元。"这一句简单的话，使犹豫不决的经营者下定决心，开出 3000 万元的即期支票。骗子之所以得逞，就是由于那句"1 亿元我无能为力"，表示自己的弱点，才使经营者轻易上当。由此可知，在谈话中加入负面的情报，能给对方安心感。

一般人听到对方坦承自己的缺点时，总会自觉地认定对方很诚实。相反的，如果对方充

满自信或妄自尊大，就会引起我们的警戒心。高明的骗子常会在90%的谎言中，加入10%的真实，所以容易使人上当。

例如，当一个服装褶皱、个子矮小的人说："我的外表虽然不出众，但诚实却不输任何人。"相信每一个看到他的人都承认此人仪表不怎么样。但当他强调他的诚实时，许多人会忘记他的外形，而相信他的诚实。分析这种人性心理便知，人常常有意无意地根据部分的情报掌握事件的全部。这种思想倾向，使人认为某一部分是真实的，那么整体也是真实的。

骗子们常巧妙地运用说话的技巧，暴露自己的弱点，提高谈话的可信度，而给予对方安心感。所以，听话的人不只要留意那一小撮真实部分，更应注意通盘内容。

◎改变数字单位而说话的人

逛街经过服装店或文具行时，常看见“袜子3双100元”，或“笔记本4本50元”的广告，许多人会认为相当便宜而买下。但实际算起来并不便宜多少，一双袜子值40元的话，3双100元，每双不过便宜7元，而购买者却认为享有半价的优待。这种买得愈多愈便宜，就是利用消费者先入为主观念而进行的心理战术。

也有人把这种技巧应用于其他事物上，使多的东西变少，或把少的东西变多。最典型的例子就是分期付款广告。一架价值2万元的录像机，每月只需付200元，任何人都会觉得便宜。更巧妙的是把分期付款的款额，与生活相关事物连在一起的技巧。例如，价值十几万元的毛皮大衣，每个月需付1000元，只要每天省下一杯咖啡的钱，就能买到——这一类的广告词，把原本高不可攀的皮衣，变得唾手可

得。近年来，由于这种心理上的方法广泛运用，使得分期付款成为消费主流。这种心理作用，刺激消费者，造成更大的购买欲。

不动产广告也利用同样的原理。由于地价高涨，想买房子的人不得不朝郊外发展，但每个人都希望选择交通方便的地区。许多广告撰文针对这种需求应运而生。例如："距新宿火车站仅 65 分钟。"同样是说明时间，如果写 1 小时 5 分钟，许多人都认为路途遥远。然而写 65 分钟，人们心中的抵抗感却较少。由于单位的改变，使时间长短的感觉也随之改变。

善用这种技巧，也能提高工作或日常生活上的效率。例如，某公司产品交货期只剩下 3 天，但部下的工作仍然跟不上进度。这时鞭策一定无效，最重要的是使生产线的气氛轻松下来。所以主管应以开朗的表情说："还有 72 小时，各位加油吧!"这比以严肃表情宣布"只剩下 3 天了"更能提高士气。

◎论及主题前，先叙述冗长开场白的人

电视连续剧中，丈夫想对妻子说出难以启齿的问题时，往往会先说："你不要生气……"现实生活中，这种开场白也时常运用。例如："我要说了，你可不能笑我喔……"、"我不是瞧不起你"、"我怕引起误会"等等。

我把这种说话方式称为"开场白话法"。若用这种开场白话法来分析对方心理，可知对方是为避免说完话后遭受你的指责，所以事先预作防御。由于先说出"为自己辩护"的措词，接着就能坦然说出主题了。这种心理和先道歉再指责对方过错的心理状态大致相同。

站在听者的立场来看，当对方说了那些开场白之后，接下来的内容听起来似乎没那么严重。换句话说，对方趁你放松警戒时，说出真正想说的话来攻击你。但对于这些稍微严苛的

叱责或要求听者却不以为忤，甚至对于平时会产生反感的话，也能毫不在乎地接受。这就是由于开场白冲淡了你的反感所致。

有意利用开场白说话的人，企图以此扰乱听者冷静的判断，而展开对自己有利的谈话。例如：“我不是不满意你所提出的价格，请别误会，听我说……”讲这种开场白的客人，显然想压低价格和你交涉。如公司内的竞争者在集会上说：“我并不是瞧不起你，但你应该了解……”这是对方有意使人产生你很贫乏的印象，而提高他本身的身价，看似没有意义的开场白，则是用来封住你的辩驳。遇到这种情况，你应忽略开场白，而全心注意接下来的内容，就能探知对方的真意。

◎把有关自己的事，以别人的话来叙述

对于说话者本人，说出那些炫耀的话很舒畅，但对听者而言，却十分厌烦。但处身在这社会上，常会遇见这种情况，有时不得不忍耐。例如，对于科长炫耀自己的钓鱼技术，经理炫耀自己的高尔夫球球技，前辈炫耀自己的艳史……有时必须适时表示惊讶、赞叹的态度，否则很难适存于这个社会。

有一次我和一位编辑在咖啡店商量事情，听到邻座的家庭主妇谈笑的声音，她们的话题在炫耀自己的孩子："我儿子在补习班一直保持前五名。""我女儿算术考100分。"其中一名家庭主妇的说词最巧妙，她说："音乐老师说我儿子有音乐天分，而且愿意代为介绍名师指导。"此言一出，其他家庭主妇顿时哑口无言，那位主妇高明的技巧不得不令人佩服。

乍听之下，她的话里完全没有任何炫耀，但实际上隐含了许多自夸之意。首先她表示孩子的琴技受到老师承认，接着炫耀孩子有资格受进一步的教导，最后以“名师”暗示其优秀的学习环境。如果那位母亲直接说：“我儿子钢琴弹得很好，应该接受进一步教育。”那么当场气氛一定会变得很尴尬，但她巧妙地使用第三者的评论来叙述，成功地达到目的。

有些人也会用第三者的叙述来表达炫耀之意，但涉及切身问题的部分会感到不好意思，而以较谦虚的口吻来说。例如，喜欢打高尔夫球的经理说：“教练说，我的近距离击球已经达到职业水准，但推球还不大理想。”经理说这话的目的是炫耀近距离击球的技术，如果部下不了解这种心态，而顺口说：“经理，您的推球技术的确不太好。”那么这位职员可就升迁无望了。

◎强调和权威人士意见相反的人

强者常利用“权威”的招牌压迫弱者，弱者也常假借别人的权威来压迫更弱的人，这就是所谓的“权威效果”。由于必须利用权势使事物对自己有利，所以必须了解谁才是权威者。俗语说：“狐假虎威”。常说“我和国会议员很熟”、“那位经理很关照我”的人，就是想利用权威者的关系，坚持自己的意见，削弱别人的抵抗。

另外，有些人巧妙地反用这种技巧，也能达到某种效果。例如，对公司重要的客户说：“我认为这件产品不会畅销，但经理头脑太呆板，恐怕这次无法顺利出货。”听到对该公司重要经理的批评，任何人都会大感吃惊。这种故意责难权威者，提升自己的权威，就是“权威效果”的反用法。又如：“我们董事长太独裁，连高级干部的话也不采信，公司怎么会进步？”当老职员对新职员说这种话时，也是有

上述效果。对新职员而言，董事长是高高在上的，前辈以同事般的口吻批评董事长，的确叫人大吃一惊。

其实，如果真有实力，根本不必假借别人的权威，只要说自己想说的话就行了。不过，今天的商界仍然盛行这种“权威效果”。

◎故意说出自己缺点的人

想把自己的心情正确传达给别人，是件困难的工作，尤其在道歉的时候特别是如此。例如，造成大量死伤的日航坠机事件中，看到日航道歉记者会的情形，令人感到十分愤慨，因为：他们的道歉完全只是形式上的，根本没有诚意。其实，当我们听到对方诚恳地说“对不起”时，不论心里再生气，也会想要原谅对方。但对于不肯承认自己过错，而拼命找借口的人，却会产生反感。即使对方提出正当的理由，我们也不愿意原谅。

日常生活中也常常发生这种情况，例如，无法如期交货。这时，如果对方不自我反省，反而拼命找借口责怪别人，我们一定会感到十分愤慨，尽管嘴里说：“这下我就麻烦了。”但心里却想：“下次绝对不和这家厂商合作。”

相反的，如果对方显出谦逊紧张的样子，说：“对不起，为你们添了许多麻烦。”并不断

点头道歉。情况又会如何呢？相信大多数的人都会承认对方的诚意，甚至劝对方不要过于紧张。即使口头上指责对方，但心里却想："再给他一个机会吧！"

有些人深知这种人性心理，并且加以巧妙的利用。听说优秀的星探进行挖角时，都会采取巧妙的言辞，使对方无法拒绝。例如："我知道冒昧要求您来敝公司十分无礼，但如果只因我的无礼而使你不愿意来敝公司，那实在太遗憾了。或许我应该找敝公司的负责人和您谈谈。您可否和他们见面？"

听到这种说词，大多数的人都会回心转意。其实，这种道歉和诚意都是预先设计的。当然，面临别人道歉时，固然应相信对方诚意，但仍应保持冷静的态度，不可感情用事而失去正确判断力。

◎强调自己单一优点的人

某种商品推出时，最常使用的广告战略就是“连呼”模式。电视广告里不断打出“值得被称为××的，又有××”这种容易记忆的文句，就是“连呼”模式的一种。如果想和出售相同商品的公司有所差别，不要把自己商品所有优点罗列出来，而只具体列出单一优点，并加以反复强调，效果一定会更好。消费者对于某一样事实的强烈诉求所感受到的冲击，大于多项内容的详细说明，因此，应先强调某一优点，其他的长处可留待后面再说。

据说女性最容易接受单一强烈诉求的方式，同时列出太多优点，反而容易引起她们心中的警戒，因为：集中一点式的强调可以形成一种暗示，会使女性心中产生好感和善意，因而容易被说服。

商界中也常利用这种心理掌握人心。很久以前，我曾参加一家新成立公司的朝会，会中

董事长的致词令人印象深刻。他站在员工面前说："我们公司没有传统的模式，技术也不是第一流的。但我们相信员工都是一流的。"员工从董事长的致词中获得很大的自信，连我这个外人也颇为心动。虽然员工们知道这家公司并不是个制度健全的公司，但被认为是"一流的员工"后，心中认同"这家公司必有前途"，对公司的评价也随之提高。当天除了我之外，还有其他的访客，我们一致佩服那位董事长心理战术的应用成功。

其实，仔细想来即知，拥有某一突出的优点，并不代表其他方面都是优点。最明显的例子就是：依样品而采购商品，往往发现该商品和样品有很大出入。这是由于认同样品的优点，往往发现该商品和样品有很大出入，因为：认同样品的优点，而把商品价值全面提高，故导致失败。所以当你遭到某些强调某一优点的推销方法时，应警觉对方是否有意误导你的全面判断。

◎忽视习惯，强调合理性的人

我们的生活中有许多形式化的事情，例如：年节必须向上司或亲戚拜年、送礼等。这些虽然只是虚礼，但已成为根深蒂固的习惯。

一位在大学任教的友人告诉我，他妻子几年前开始拒绝和他一起回老家向长辈拜年。他问妻子理由何在，妻子说："那只是一种习惯而已，老是局限于传统思想，实在很无聊，打电话拜年就够了。再说，回家的旅费相当可观。"得到这个回答后，我朋友心中仍然感到纳闷，因为他妻子以前都是欢天喜地地回家。后来，他从和父母的谈话中发现，原来妻子和母亲之间产生了摩擦，所以妻子不愿意回家。这种以"不合理"为由的拒绝心理，称为"合理化心理"。精神分析上所说的"合理化"是在无意识中进行的。上述的例子则是使用这种技巧，作为"合理的拒绝理由，借以隐瞒自己的真正感情"。

如果把对方提出“合理的”理由信以为真，有时候可能会大错特错。例如，某大企业营业经理的女儿拒绝双亲数次安排的相亲，并以“太过于形式化”为拒绝理由。他父母也以为自己女儿思想现代化而予以默认。其实他们的女儿在大学时代已有要好的男友，她想和男友结婚却不敢向双亲表明，只好以思想现代化来隐瞒真意。

◎根据你的质问提出反问的人

喜欢拈花惹草的男人十分自私，他们全力以赴追求女友，口中不断地说："我爱你！我爱你！"一旦得到对方的身体，立刻转移目标，追求其他女性。这时女友为确认对方的爱情，会一再追问："你爱我吗?"如果对方回答"我爱你"，那么女友可能会接着提出具体的要求："我们结婚吧！"为不说出太露骨的谎言，也不要陷人被迫结婚的地步，男方都会反问："你爱我吗?"

这种逃避对方质问而提出反问的技巧，在心理学上称为"转话法"，通常口才伶俐的人都能十分有效地活用这种技巧。例如，一位我认识的公司职员某次在会议上受到严苛的质询。他先承认对方意见："这的确是个难题。"接着提出新的问题。

提出新问题是个绝佳的方法，可使全场几乎忘记原来的问题。这也是"转话法"恰当使

用的好例子。这种例子也常在我们生活中出现。

例如，察觉妻子近来时常外出而且化妆较浓的丈夫，质问妻子有何秘密时，妻子不但不回答他的质问，竟然反问："你最近鬼鬼祟祟的，你有什么秘密吗？"有外遇的妻子察觉丈夫质问的真意，难以作答。如果回答"我没有秘密"，丈夫一定会继续追问。为掩饰自己的立场，故意反问："你有什么秘密吗？"

结果那位丈夫没有回答。如果他回答"我问心无愧"的话，那么争论方向则已由妻子转移到丈夫身上，接着妻子会继续质问"你为什么那么晚下班？"等等。当你遇到对方不回答质问而提出反问时，你应怀疑对方想利用这种心理技巧隐藏心中的秘密。

◎在言谈中表现过度亲切的人

社会上存在着许多不道德的商业行为，其中最极端的例子就是丰田商事的丰田商法。此商法的受害人多半为老年人，不法商人以甜言蜜语诱骗他们买下假的债券或钻石，后来此商法在国会中被提出讨论，因而轰动一时。此商法的被害人数目高达数十万，如果加上未出面检举的人，受害人数更是不可想像。

为什么有这么多人受到推销员的甜言蜜语欺骗呢？丰田商法的推销术最与众不同的一点就是：它以体贴的言词博取对方的信赖。上年纪的人多半有种疏离感或孤寂感，如果每天登门的拜访客不断说“婆婆，我帮你按摩肩膀”、“您年轻时一定是个美人”等等温柔的话，很容易就落入对方的圈套当中。

不只是老年人容易听信别人温柔的甜言蜜语，任何人遭到别人温柔的语言攻击，都会产生“这个人真了解我”的感觉，即使平时信用

不太好的人，说出亲切温柔的话，也难免令人感觉："或许我过去误会他了。"许多人便利用这种人性心理欺骗别人。

我的一位学生告诉我，他服务的公司中一位前辈向来对他十分严厉，然而近来突然态度大变。这种情况持续了几天，使他对那位前辈的戒心逐渐松懈，心想："其实他的心地很好"，而完全信任对方。一天下班后，那位前辈提议一起去喝酒。两人正喝得酒酣耳热时，对方开口："这件事我只对你提起……"接着提出借钱的要求。

我的学生仗着酒兴，毫不犹豫地一口答应下来。事后才因对方又恢复原本冷漠态度而感到奇怪。原来那前辈就是为了借钱，才伪装亲切的态度。因此，当有人不自然地对你说亲切的话时，你应提高警觉，对方可能另有所图。

◎常说“为社会而……”的人

被称为“经营偶像”的松下幸之助，一有机会就会说：“企业是为社会而生存的。”其实不只是松下先生如此，其他大企业的经营者也一再强调“贡献社会”的企业理念。虽然他们实际上确曾朝着这个目标努力，但“为社会而……”的冠冕堂皇名义，却是另有作用。事实上，所有的企业目的都是追求利润，但若只主张赚钱过于自私，为提高员工士气，必然提出“为社会而……”的标语，使员工从工作中寻找对于社会的意义，便能问心无愧地进行赚钱行为。

类似的例子还有两度被封为三冠王的落合选手。当他面临续约时，说：“职业球员的年薪太低，应该提高薪水，球员的生活才能安定，这样才能提升球队水准。”他要求 1 亿元年薪，并声明：“我是为棒球界着想，才要成为第一个年薪 1 亿元的球员。”但换个角度来

看也可解释为落合选手为达到自己的欲望，故意提出“为棒球界”的堂皇理由。在此，我无意指责落合选手，他的想法及实力都令人钦佩，确实值得得到这种酬劳。但要说他个人全无私欲，却也未必尽然。他只是以“为社会”、“为棒球”来掩饰个人的问题而已。

我们的社会和个人主义至上的美国社会不同，对于“私”先于“公”的行为不以为然。因此善用这种深层心理，表达有关自己利害的主张，也能获得别人赞同，不致遭致非难。落合选手和经营者都是在无意识中，巧妙地运用这种心理。

社会上许多人常以“为社会”、“为人们”作障眼法，隐藏心中的贪欲。例如，“以增加女性的美丽”为由而把劣质化妆品价格提高一倍，或以“为公司”为由擅自花用大笔交际费的人，都是如此。

在此奉劝各位，听到别人说“为人们”、“为社会”时，不要轻易相信，而应探究对方真正动机为何。

◎把一件事情反复说几次的人

一位能干的餐厅女老板感慨地说，女人开始被引诱的时候，都有强烈的警戒心，知道对方只是甜言蜜语。但人的防御心总有减弱的时候，受到无数次奉承后，心中难免认为："既然对方不断这么说，可能是真心的吧！"因此，引诱女人的技巧，就是利用女人这种心理，反复说同样的话，使对方不知不觉中接受暗示。

当对方感到不快时，反复给予刺激，可减少对方的不快。怀疑丈夫有外遇的妻子，听见丈夫反复否认："我不知道"、"没有"，可能会因而认为自己过虑了。这种心理，如果用于防止夫妻吵架，是个很好的现象。但如果加以恶用，所造成的伤害也很大。

蓄意欺诈的人，常会利用这种方法骗人。他们故意叙述一个前途光明的大计划，然后对对方说："我的资金不足。"受害人在骗子反复游说下，往往信以为真，因此上当受骗。最不

可思议的是，这些欺诈者在罪证确凿之前，往往仍受到受害人的信任。

不过，这种反复效果未必能永远有效，一旦反复中断，立刻会露出马脚。因此，当别人反复对你叙述一件事时，应不时暂停对话，思考对方谈话的内容。

◎ 一开头就说“这不是问题”的人

收看电视或收听收音机上的政治讨论会时，经常发现双方议论多半偏离主题。当一个人提出自己的主张后，其他与会代表将其视为“不是问题”或“议论之前的问题”，接着展开自己的论点。由于每一个人都如此，自然无法触及真正问题的关键。

出席讨论会的各党派代表，并不是偶然地否定对方的论点，而是蓄意排斥。尤其对方提到己方弱点时，这种倾向更明显。在形势不利于己的辩论会上，使用“这不是问题”这句话，可逃避对方咄咄逼人的问题。

换句话说，愈是想避免问题继续扩大的人，愈会使用“这不是问题”的技巧。了解这点之后，就能明白，当上司看到属下提出自己没有考虑到的方案时，自然会说：“这根本不是问题，你太年轻，不了解实际状况。”

除了“不是问题”这种形式，人们也较易

相信极端或论断性的谎言，因为一般人认为很少有人敢那么肯定地说话，有些胆量的人，往往容易得逞。洞悉这种伎俩之后，当你再听到对方说“不是问题”或“这是议论以前的问题”等夸大的话时，应先怀疑对方的动机。

笔者曾出席过某一会议，当议论进入白热化时，一直掌握领导地位的一位先生，突然对我的质问勃然大怒，说：“你的问题太没常识了，这根本不是问题！”当时我猜想，我的问题一定触及他的弱点，因而追问：“请问哪一点不是问题？”果然不出所料，他的回答模糊不清。不一会儿，辩论的情势就完全扭转过来了。

◎故意以断定口吻说话的人

不论投球技术多高明的投手，站在投手板上时，也会感到完全的孤独，并陷入极度不安的状态。尤其在与全垒打王对垒的时候，心情更为紧张。这时，捕手必须有效地稳住投手的情绪。有关这一点，一位棒球专家谈得最为中肯。他说，当投手遇到一个擅长打内角球的打击者时，内角球便成了投球的禁忌。这时如果捕手发出“内角球危险”的信号，一定导致失败。倒不如干脆暗示“投外角球”，反而能化解危机，因为：肯定的判断可使投手化解迷惑、拓展新机，当场下决定。这也证明，肯定的言词可产生暗示的效果。

精神疗法中偶尔会利用催眠术。进行催眠诱导时，也使用肯定的言词。当催眠者进行“听见波浪的声音”、“手臂慢慢张开”、“把手当成翅膀一样摆动”等诱导时，患者就会张开手臂，或如挥动翅膀般挥动手臂。这种语言的

暗示不止用于特殊的场合，我们日常生活中也常使用。例如：家庭主妇会站在卖鱼的摊子前，正为买哪一种鱼伤脑筋时，老板说："太太，今天的秋刀鱼很肥，不买很可惜呢！"听到这句话，很容易勾起主妇的购买欲。因一句"很肥"的暗示，使人轻易忽略鱼不太新鲜的事实。

许多人也常以这种方式处理问题。例如，会谈中途突然遭到某种质疑，会以"那已经解决了"或"我了解他的心情"等肯定的语气应对。这种人通常是为了不被追究或识破而说谎，借以逃避对方的追问。如果听者信以为真，很可能会后悔莫及。

逛街购物，常会听到店员说："这种产品很有用"、"如果不相信我，你一定会很后悔"。这些话多半意味对方想以肯定的语气来隐瞒产品的缺点。曾有一著名的广告词说："好的东西不必宣传"，事实也的确如此。真正对自己有信心的人，根本不必用肯定的言词来掩饰。

◎对你的质问提出“意外反问”的人

一般人在心中有愧时，会隐瞒内心的感情，往往会变得饶舌，说话很快，或突然提出和本题无关的话题。例如，要调查的嫌犯，突然滔滔不绝地谈起和案情无关的话题；平时沉默寡言的职员，突然变得爱开玩笑或饶舌。这表示对方的心理状态发生变化。

为隐藏内心的秘密，提出大量毫无关系的话题、转移对方的注意力，避开问题关键，保障自身的安全，是人类自然的心理状态。不过，警方对嫌犯心理十分清楚，仍能查出犯罪线索。

在谈话中巧妙设置“搪塞时间”也是躲避追问的一种手法。一位著名的政治家时常使用“嗯啊”的搪塞语句，这和突然谈话、辩驳、饶舌等手法目的相同。每当他遭受在野党议员

锋利的攻击时，都先“嗯啊”一声，暂停一下，才开始发言，这一招往往使想挑起激烈论辩的在野党议员气势大为削弱。当对方重整旗鼓，再次展开质问时，“嗯啊”之声又不绝于耳。由于有了这个“搪塞时间”，在野党议员许多想说的话，都无法说出口。

在谈话中途突然插入反问，是混乱对方思虑的一种技巧，但这也表示说话者的弱点所在。掌握这点诀窍之后，你就不必担心对方提出任何意外的质问了。然后，针对对方的弱点进行攻击，你就能取得谈话的优势。

◎说话模棱两可的人

公司内部常常有派系斗争，不论公司大小，往往都有董事长派和总经理派的明争暗斗，在“只要有两个人，就能产生派系”的商界，一个职员想不介入任何派系而安心工作十分困难。然而，如果清楚表明自己支持哪一派，一旦该派的首脑人物失势，也会遭到打入冷宫的危险。置身这种艰难状态下，应如何妥为处世待人呢？

最好的方法就是持模棱两可的态度。当总经理派的科长问：“你对董事长的看法是怎样？”就回答：“董事长的经营手腕很了不起，为人也很有度量。”然后接着说：“不过，就个人来说，并不是没有缺点。可是，有时缺点也很有魅力……”这种一会儿赞美，一会儿批评的回答，会使对方掌握不住你的真意，反而被你的言词搞得思绪混乱。通常人们无法一次接受一样物品同时拥有多种系统的记号，因为过

度复杂会使记忆和思想无法统一。利用模棱两可的技巧，也能造成对方无法建立统一的印象。

政治家常利用这种技巧，闪避问题的本质。他们常用的术语是："这个问题比其他问题都重要，所以必须慎重处理。"然后慢慢拖延。一般老百姓并不了解真相，因此也认为此重要问题应慎重处理。

其实，也难怪政治家们必须说这种模棱两可的话，因为：他们一旦明确作答，就必须履行诺言，所以只能避重就轻。

我们周围常有嘴里说"我想辞职"，实际上拼命争取业绩，或说"我只要当幕僚人员"，另一方面又想积极到外界活跃的同事。对于这种言词模棱两可的人，应毫不客气地质问："到底你的真意何在?"

[General Information]
书名=看穿他心的“鬼”：洞悉语言魔术
作者=
页数=214
SS号=0
出版日期=

突然提出自己判断的人
故意提出对方无法接受的条件的人
先把难以接受的方案提出来的人
不断提出问题使你回答的人
故意向你提出忠告的人
搬出堂皇的大道理来说服你的人
常说“把你心里的话说出来”的人
常提出“如果是我，我会……”忠告的人
故意提供你不确实情报的人
故意用严肃的口吻下达命令的人
不断提出无法以“是”或“不是”作答的问题的人
不断抱怨第三者的人
提出物理性条件的人
交谈时，故意使对方产生疑问的人
先要求你“严守秘密”的人
故意规避对方期待答案的人
讨论当中，突然把重心转移为身边话题的人
假借“大家的要求”来坚持自己意见的人
加强你心中迷惑的人
表示清楚了解你底细的人
以疑问句来询问你的上司
说话到一半，突然沉默下来的人
先提出你可轻易接受条件的人
故意以问句形式复述你的话的人
交替使用“大声”和“小声”说话的人

三、因语言而被迫下判断

察觉你的不满，抢先说出来的人
在问题中附加前提条件的人
强调单方面提议的人
常在说话中插入“所以……”的人
在别人意见中添加自己意见而发言的人
一开始就把问题条列出来的人
频频引用数字的人
经常使用“这个”、“那个”等词语的人

常使用概论的人
强调被委托的事情相当困难的人
常在会议终结时，归纳大众意见的人
不断提出与主题无关话题的人
以第三者的口吻来传达消息的人
喜欢在谈话中提出权威者的人
先说“这是众所周知的事实”的人
说话过于形式化的人
故意激怒你的人
交谈当中，忽然自言自语的人
使用过度赞美词的人
说话态度和内容不相符的人
以忙碌为理由拒绝你请求的人
改变习惯上的语言顺序而说话的人
顺口透露情报的人

四、因语言而被迫于不利的立场

引述别人的缺点并加以强调的人
在言词中加入负面情报的人
改变数字单位而说话的人
论及主题前，先叙述冗长开场白的人
把有关自己的事，以别人的话来叙述
强调和权威人士意见相反的人
故意说出自己缺点的人
强调自己单一优点的人
忽视习惯，强调合理性的人
根据你的质问提出反问的人
在言谈中表现过度亲切的人
常说“为社会而……”的人
把一件事情反复说几次的人
一开头就说“这不是问题”的人
故意以断定口吻说话的人
对你的质问提出“意外反问”的人
说话模棱两可的人

附录页